



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**“Prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes
peruanos de Callao – Cercado, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:

Rodríguez Delgado, Luis Fernando

ASESOR:

Dr. Ramos Palacios, Wilder Fabio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales En La Sociedad Contemporánea

CALLAO – PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N°016-2018-UCV/DA-EP. CC.CC.-FL-C

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 016-2018-UCV/DA-EP. CC.CC.-FL-C, de la ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN acuerdan:

PRIMERO. -


Aprobar por unanimidad (X)
Aprobar por mayoría ()
Desaprobar ()

El TRABAJO DE INVESTIGACIÓN presentado por el estudiante **RODRÍGUEZ DELGADO, LUIS FERNANDO**, denominado: "**PRENSA DEPORTIVA NACIONAL Y COMPORTAMIENTO PATRIÓTICO DE LOS JÓVENES PERUANOS DEL CALLAO – CERCADO, 2018**".


SEGUNDO. - Al culminar la sustentación, el estudiante **RODRÍGUEZ DELGADO, LUIS FERNANDO**, obtuvo el siguiente calificativo:

NÚMERO	LETRAS	CONDICIÓN
18	DIECIOCHO	APROBADO POR UNANIMIDAD

Presidente: Mg. JOOHN RAÚL OBLITAS CARREÑO


Firma

Secretario: Dr. WILDER FABIO RAMOS PALACIOS


Firma

Vocal: Mg. MÁXIMO BRAULIO VALVERDE VÁSQUEZ


Firma

Callao, miércoles, 12 de diciembre de 2018.

CC. Archivo
Escuela Académico Profesional, Interesados, Archivo

UCV.EDU.PE

Dedicatoria

La presente tesis la dedico a mis padres, Luis y Maritza, que con su amor y apoyo incondicional me impulsan a salir adelante y lograr mis metas.

A mi hermana Stephany, por ser mi inspiración a ser mejor cada día y ayudarme a creer en que todos los sueños se pueden cumplir con esfuerzo y sacrificio.

Agradecimiento

Doy gracias a Dios y a la Virgen, por protegerme y colmarme de bendiciones. Agradezco a esta prestigiosa casa de estudios, y a mis maestros, que con sus conocimientos y experiencias aportaron en mi formación profesional, especialmente al asesor Dr. Wilder Ramos por la dedicación y tiempo que destinó a leer cada capítulo de la presente tesis, sus aportes y correcciones han sido muy importantes.

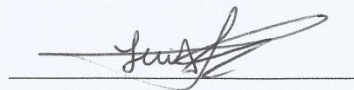
Declaratoria de autenticidad

Rodríguez Delgado Luis Fernando con DNI N° 76600363,

A efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación, datos e información de la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad u omisión, tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Callao, 05 de Diciembre del 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luis', is written over a horizontal line.

Rodríguez Delgado Luis Fernando

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la Tesis titulada “Prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018”; la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación.

Índice

Dedicatoria	2
Agradecimiento	
Declaratoria de autenticidad	5
Presentación	1
Índice	2
RESUMEN	1
ABSTRACT	1
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	1
1.4. Formulación del problema	2
1.5. Justificación del estudio	1
1.6. Hipótesis	1
1.7. Objetivos	1
II. MÉTODO	1
2.1. Diseño de Investigación	1
2.2. Variables, Operacionalización	2
2.3. Población y muestra	2
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	1
2.5. Métodos de análisis de datos	3
2.6. Aspectos Éticos	3
III. RESULTADOS	4
IV. DISCUSIÓN	9
V. CONCLUSIONES	13
VI. RECOMENDACIONES	15
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	16
ANEXOS	

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar la relación entre Prensa Deportiva Nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado; lo cual implicó la búsqueda de fuentes de información para la realización de esta investigación. La población de estudio fueron jóvenes peruanos de Callao – Cercado entre las edades de 20 a 32 años, que consumen contenidos difundidos por la prensa deportiva nacional; la muestra del estudio estuvo conformada por 382 jóvenes. Como instrumento, se utilizó el cuestionario, compuesto por 30 preguntas en medición de escala de Likert, posteriormente estos resultados fueron procesados, analizados mediante el programa de estadístico SPSS, a través de ellos se logró medir el nivel de confiabilidad de las preguntas mediante el Alfa de Cronbach, asimismo se analizaron e interpretaron los gráficos estadísticos obtenidos por cada variable, posteriormente para contrastar la hipótesis de normalidad de la población se utilizó la prueba de normalidad y por último la prueba de correlación de Pearson ayudó a medir el nivel de correlación de las variables.

Palabras clave: Prensa deportiva nacional, comportamiento patriótico, contenidos informativos.

ABSTRACT

The main objective of this research work is to determine the relationship between the National Sports Press and the patriotic behavior of the Peruvian youth of Callao - Cercado; which involved the search of sources of information for the realization of this investigation. The study population was young Peruvians from Callao - Cercado between the ages of 20 and 32, who consume content disseminated by the national sports press; the sample of the study consisted of 382 young people. As an instrument, the questionnaire was used, composed of 30 questions in Likert scale measurement, later these results were processed, analyzed through the statistical program SPSS, through them it was possible to measure the reliability level of the questions through the Cronbach's alpha, the statistical graphs obtained by each variable were analyzed and interpreted, also to test the hypothesis of normality of the population the normality test was used and finally the Pearson correlation test helped to measure the level of correlation of the variables.

Keywords: National sports press, patriotic behavior, informative contents.

I. INTRODUCCIÓN

El deporte tuvo sus primeras manifestaciones con las Olimpiadas en el imperio griego. Llegando poco a poco a surgir lo que en la actualidad se conoce como “deporte moderno”, realización de ejercicio físico de forma plenamente reglamentada.

En Grecia, la educación y también el deporte tuvieron una gran importancia social, la inteligencia, fuerza y destreza, fueron considerados como habilidades básicas y necesarias para toda competición. Posteriormente el deporte llegaría a Roma, teniendo una gran repercusión, enfocado a una visión práctica de obtener los mejores rendimientos, tomando al deporte como competiciones sagradas, y hasta incluso políticamente fue utilizado para mantener a la población distraída; es allí donde surge el espectáculo deportivo con los combates de gladiadores y carreras de aurigas.

Según Torres (2010) “los deportes son parte de la humanidad, puesto que culturalmente tienen una gran repercusión en la sociedad, incluso las ciencias, especialmente la medicina reconoce sus beneficios” (p. 7). Esto se demuestra desde la edad media en la que el deporte estaba ligado a los festejos populares y se realizaban actividades como luchas de grupos, tiro con arco, juegos de pelotas, etc; en esta época el deporte era practicado solo por nobles, reyes y gente de poder, hasta posteriormente pasar a expandirse y ser un elemento que ayude al desarrollo del individuo a expresar su personalidad y competitividad.

El paso del deporte medieval al de los tiempos modernos se daría en Inglaterra, en la cual se instalaría un mayor control de la violencia en el deporte, y los juegos ingleses serían reglamentados; de esta manera el deporte formaría parte del sistema educativo y apareciendo los primeros clubs y las primeras federaciones de distintos deportes, profesionalizándose las disciplinas por todo Europa, hasta llegar al resto de continentes.

La prensa escrita fue la primera en abordar temas deportivos, siendo Sportman el primer diario deportivo, publicado en Londres en 1852, para luego dar paso a otros medios

de comunicación como la radio, televisión y posteriormente el surgimiento de las tecnologías de información al internet.

De acuerdo con Hernández (2003), “los Juegos Olímpicos resurgieron en 1896, con la idea de que los festivales deportivos internacionales podrían fomentar un mejor vínculo y paz entre países. Surgiendo un cambio radical, en el que las disciplinas deportivas, pasaron a ser espectáculos de masas, la cual adquiere un aumento de espacio en la agenda de los medios (p, 37)”.

El fútbol como deporte profesional, llegó a América procedente de Inglaterra en el siglo XIX; y en el Perú, la socióloga e historiadora Fanni Muñoz reproduce una nota del diario El Comercio de su edición del 9 de agosto de 1910 en la que destaca al futbol como un juego que contribuye a desarrollar destreza, la disciplina, y compañerismo, siendo este deporte muy completo para el desarrollo físico y psicológico del ser humano. Asimismo el crecimiento de los eventos deportivos (Mundiales de Futbol y Juegos Olímpicos), surgen en los medios de comunicación desde finales del siglo XIX hasta principios del siglo XXI, contribuyendo en los inicios del periodismo deportivo, y con ello en la evolución de los procesos de información.

En tal sentido, Billings (2010) afirma que, “el deporte es un factor importante para conocer personas y entender la pasión que estos tienen, así como también sentir diversas emociones. Con los efectos de interacción dentro de los medios de comunicación, los aficionados dan a conocer sus opiniones” (p. 120).

Según Rojas (2017), “los deportes se convierten en el primer contacto que muchos jóvenes tienen con el periodismo. Por ello, resulta necesario que los periodistas deportivos estén dotados de conocimientos para abordar la especialización; incorporando nuevos formatos y narrativas para dar a conocer la información, recogiendo manifestaciones y experiencias” (p. 6).

En la presente investigación, se analizó la relación existente entre prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes. De la revisión de la literatura se desprende que existen estudios que analizan esta relación.

Algunos autores como Lara (2007), afirman que “la dimensión que ha alcanzado la prensa deportiva lo ha convertido en “un fenómeno cultural de gran desarrollo dentro de la esfera humana” (p. 38).

La vinculación entre dos ámbitos tan característicos de la sociedad actual como la prensa deportiva nacional y el comportamiento patriótico de los jóvenes, son analizados detalladamente y se ha considerado cada uno de los elementos fundamentales para desarrollar el presente estudio.

Para Esteve y Fernández (1999) “la actividad deportiva ha estado siempre vinculada a distintas manifestaciones de la juventud, como el patriotismo. A través de la historia se ha ido configurando una faceta social del deporte como competición y exhibición derivándose actualmente como un fenómeno de masas” (p.237).

El deporte cada vez tiene mayor repercusión social, la información mantiene un vínculo con el entretenimiento, impactando a nivel nacional sobre todo en los jóvenes, lo cual es aprovechado por la prensa para brindar un enfoque orientado a obtener mayor audiencia sin importar manipular la información e influenciar en comportamientos efusivos de patriotismo.

1.1.Realidad problemática

La prensa deportiva se va masificando cada vez más; el deporte es uno de los aspectos de la sociedad que genera mayor impacto, la prensa realiza un gran despliegue para informar sobre las competencias deportivas más populares, promocionando el deporte como espectáculo.

La prensa deportiva sobresale como una modalidad informativa de alto impacto social, la cual en las últimas décadas ha vivido un notable desarrollo en sus estructuras,

canales y modos de producir y difundir contenidos, tomando un creciente protagonismo. Los medios comenzaron a brindarle mayor importancia a los contenidos deportivos nacionales e internacionales, lo cual conllevó a que la información se plasme en distintos géneros como la crónica, comentario, reportaje y entrevista; añadiendo términos utilizados en el folklore deportivo por jugadores, técnicos y aficionados.

De acuerdo con Salvatori (2013), en el Perú, la prensa deportiva ocupa más del 85% de su contenido a tratar noticias vinculadas al fútbol (p.5).

Sport is a spectacle that congregates masses (Rojas, 2013) refers that information is subject to entertainment as a form of expression, which incorporates elements outside the field of journalism as part of a business strategy focused on obtaining income and generation of audience.

La figura del periodismo deportivo es muy valorada, a tal punto que las opiniones que se emiten a través de los medios se llegan a considerar prácticamente noticias por una gran parte de la población, y despiertan el debate dentro de los centros de trabajo, los núcleos familiares, y los círculos de amistad. El deporte al ser un tema de fácil comprensión, cada ciudadano es capaz de formarse una opinión propia, que defiende, llegando en algún momento a extremos.

La prensa deportiva nacional presenta contenidos desmedidos en torno a la selección peruana de fútbol, tratando de crear ídolos, con la finalidad de obtener mayor público; desde las eliminatorias hasta la participación en el Mundial Rusia 2018, la manera en como la prensa viene manejando este exitoso proceso termina influyendo en el comportamiento patriótico de los jóvenes; no se analiza solo la parte futbolística sino hasta los califican de héroes nacionales a nuestros deportistas.


Más allá de la sobredimensión de información que existe, según un estudio realizado en la Universidad de Sevilla, el periodismo deportivo ha evolucionado a lo largo de la

última década, hasta convertirse en un producto informativo de gran demanda, alcance social, en los países de Europa y América Latina.

El poder de atracción que tiene el fútbol ha sido utilizado durante las últimas décadas por el periodismo, el cual hace énfasis en los logros de los deportistas que representan al país, generando un comportamiento patriótico en la audiencia.

La presente investigación tiene por objeto de estudio el comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, entre las edades de 20 a 32 años de edad, puesto que según la Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública afirma que este sector tiene un creciente interés hacia la práctica del fútbol y son influenciados en un grado considerable de 68% por la prensa deportiva nacional

Callao - Cercado



Varones que consumen prensa deportiva	Total	
	Cantidad	Porcentaje
08 – 12 años	14 100	10%
13 – 19 años	38 250	22%
20 – 32 años	174 393	68%

Este es el problema que actualmente la prensa deportiva atraviesa, no hay cierto control y criterio en lo que se da a conocer, no siempre hay objetividad en lo que se informa y se da rienda suelta a la pasión y la euforia en ocasiones.

1.2.Trabajos previos

En relación a la presente tesis, se ha encontrado que existen determinadas investigaciones con relación al tema a tratar, las cuales se indican continuación:

A nivel internacional:

Li Yifeli (2014), en su tesis presenta como objetivo general, analizar el concepto de parcialidad en los partidos de fútbol entre Barça y Madrid en los periódicos deportivos

españoles; enfocándose en las noticias publicadas en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport. El método que se empleó en este trabajo es el de análisis de contenido cuantitativo. Concluyendo que los diarios deportivos españoles en estudio mantienen opiniones muy distintas en torno a la forma de dar a conocer la rivalidad deportiva, perdiendo la objetividad y respaldando sus intereses económicos que estos tienen.

Torres (2010) en su tesis presenta como objetivo general, analizar los cambios sustanciales del periodismo deportivo en Colombia, teniendo en cuenta el proceso de globalización y el nacimiento de nuevas tecnologías. El método que se empleó en este trabajo es el de análisis de contenido cualitativo, teniendo como instrumento la realización de encuestas a periodistas deportivos que han tenido mayor impacto en la sociedad en las última dos décadas. En conclusión la profesión ha tenido características propias y muy particulares, una prensa que se ha tildado de sensacionalista y que ha olvidado su pasado dorado y ha quedado estancada en su proceso de mejoramiento.

De Baranda, (2013) en su tesis tiene como objetivo responder a la necesidad de saber y probar que pese a la gran demanda de información deportiva en los medios, no parece haberse trasladado la idea de la equiparación de derechos hombre / mujer y la incorporación plena de la mujer. El método que se empleó en este trabajo es el de análisis de contenido cuantitativo, descriptivo y como instrumento se utilizó encuestas físicas. Concluyendo que la imagen de la mujer en el periodismo deportivo también es fundamental, puesto que lo imprescindible es su capacidad como profesional y los conocimientos que pueda brindar, tratando de romper de esta manera con algunos estereotipos que alimenta a la sociedad de manera negativa.

A nivel nacional:

Pardo (2016), en su tesis presenta como objetivo general, determinar el grado de influencia del tratamiento realizado por los medios de comunicación web en cuanto a la condición del niño futbolista desde la perspectiva de un mundo adulto a un mundo infantil; el método que se empleó en este trabajo es el de análisis de contenido cuantitativo, descriptivo, teniendo como instrumento la realización de encuestas.

Concluyendo que los diarios electrónicos convierten a los niños futbolistas en una mercancía con el menor costo posible, ya que utilizan recursos donde convierten al niño en un futbolista profesional. Este estudio se relaciona con el presente, puesto que nos ayudará a tener una perspectiva de como los medios influyen no solo en las personas, sino también en el mismo futbolista.

Guerra, (2008) en su tesis tiene como objetivo atravesar la importancia del deporte en la sociedad, estudiar el elemento fútbol como factor determinante en el desarrollo de un país y en el de las personas, vincular el diseño a través de la identificación de nacionalidades y colores utilizándolo como medio visual de comunicación. El método que se empleó en este trabajo es el de análisis de contenido cuantitativo, descriptivo, teniendo como instrumento la realización de encuestas. En conclusión la importancia del deporte estimula diversas emociones que son expresadas a través del arte contribuyendo a la imaginación social, y creando fenómenos sociales a través de elementos visuales se ejerciendo un poder simbólico.

Morales, (2012) en su tesis tiene como objetivo analizar el contenido noticioso publicado en los tres diarios deportivos del Perú (El Bocón, Líbero y Todo Sport) y comprobar si están o no contribuyendo con el desarrollo del deporte en el Perú. El método que se empleó en este trabajo es el de análisis de contenido cuantitativo, no experimental; concluyendo que los contenidos publicados por estos diarios en repetidas ocasiones, magnifican los sucesos deportivos exitosos con la finalidad de obtener ganancias y de esta forma la población consume estos diarios.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable Independiente: Prensa deportiva nacional

Según Molina (2009), define que “la prensa deportiva es el nexo entre medios y deporte. Une a las audiencias, crea y sostiene un espectáculo económico, social y cultural que va evolucionando y teniendo mayor alcance” (p, 5).

Cada vez la prensa deportiva tiene mayor influencia en el público, puesto que el deporte y en especial el fútbol es un espectáculo que congrega masas y más aún cuando se hace referencia a un grupo de jugadores que representan la ilusión de todo un país. Trimano, (2010), señala que en la sociedad actual, la prensa deportiva comienzan a obtener más protagonismo en el desarrollo de conocimiento social.

En dicho contexto, respaldando lo mencionado, la teoría de la aguja hipodérmica, expresa que los medios de alguna u otra manera manipulan a la población para generar mayor audiencia, proyectando un estilo de causa-efecto, en el cual el receptor recibe el mensaje y en base a ello adopta un comportamiento determinado.

A manera de complemento la teoría estructural funcionalista de Paul Lasswell, hace referencia al poder de los medios frente a las masas, teniendo como objetivo lograr la persuasión. La prensa forma parte de la categoría de Ciencias Sociales, lo cual demuestra que su rol es fundamental, los líderes de opinión cada vez tienen mayor relevancia, y establecen la impresión que tenemos de todo aquello que nos rodea.

Según De Baranda (2013), “la prensa constituye una parte fundamental de liderazgo en la población, son símbolos de referencia para cada individuo y conjuntos de los grupos sociales que comparten la visión de la realidad social ofrecida por esta”.

El deporte ha despertado un creciente interés para las ciencias sociales, expandiéndose más allá del análisis de la noticia. Tal afirman Castelo (2015), han desarrollado una dimensión cultural y social que comprende aspectos de integración, cultivando valores afectivos y de expresión de intensidad emotiva en la población, tanto al mirar como al practicar deportes (p.25).

El futbol, es un fenómeno social a nivel nacional, es más que un deporte, en el que los éxitos de nuestra selección, une al pueblo peruano en un solo sentir y pensar y la prensa deportiva adquiere un rol protagónico en los ideales de la gente, trascendiendo hasta en la vida cotidiana de los mismos. La teoría de la Agenda Setting plantea que los

medios de comunicación determinan los temas que se debatirán, así como su importancia, su orden y la manera de difundirlos, ocupando el periodismo deportivo un espacio importante en la programación y siendo uno de los que mayor repercusión tiene en el receptor.

La prensa nutre de contenidos que son de interés de la mayoría. Del mismo modo existen también una gran variedad de deportes, pero los contenidos que generan mayor repercusión son los que abordan el deporte rey (el fútbol). Por ello la Teoría del cultivo de Gerbner, afirma que mientras la gente pase más tiempo viviendo en el mundo de los medios de comunicación, será más fácil que adopten una realidad social que se asemeje a la realidad proyectada por los medios; es decir el receptor adquiere una actitud que se ve influenciada en base a la información que recibe.

Teniendo en cuenta las teorías expuestas, podemos plantear que la prensa deportiva en el Perú, ejerce un gran poder en los jóvenes peruanos, llegando a ser muy influyentes en sus modelos de conductas.

1.3.2. Variable Dependiente: Comportamiento patriótico de los jóvenes peruano de Callao - Cercado

A continuación se presentan diversas definiciones sobre el comportamiento de los jóvenes (Simpatizante, hinchas y fanáticos):

De acuerdo con Ibañez (2017):

En el ámbito deportivo, el simpatizante adquiere un rol de espectador, en el que basa su opinión en fundamentos objetivos, pero no son seguidores incondicionales; el “hincha” es una persona importante para el componente de un equipo de fútbol, están pendientes de los partidos, asisten con frecuencia a los estadios, tienen ambición de triunfo pero no dejan de ser críticos. Los “fanáticos”, no aceptan que su equipo no obtenga resultados óptimos, principalmente muestran repudio hacia el rival y referee, y cometen actos vandálicos que comprometen la integridad de otras personas. Se podrían asociar directamente con las populares “barras bravas”. (P.8).

Los niveles de compromiso para con un equipo o selección de fútbol, varían de acuerdo a la forma de sentir el deporte por parte de cada individuo, lo cual determina su

conducta al observar un espectáculo deportivo, diferenciándolos en tres tipos: Simpatizantes, Hinchas, y fanáticos; pese a que estos tres disfrutan de ver ganar a sus equipos la forma de darlo a notar y sentirlo es distinta entre uno del otro.

El periodismo deportivo contribuye a acrecentar las sensaciones de patriotismo, haciendo que la población se sienta representada, orgullosa, e involucrada en los logros deportivos de equipos nacionales en competencias (Rojas, 2010).

De acuerdo con Brune (1999):

Una pasión es una emoción que basa su efusividad en la imposibilidad de participar e influir en el desarrollo y resultado de un enfrentamiento deportivo. Optando distintas posturas sufrir y lamentarse o alegrarse y sentirse partícipe de algún logro [...]. Es allí donde nace “la pasión colectiva”, que trasciende a los afectos individuales y puede verse reflejada por felicidad o frustración (p.21).

Las estrategias de comunicación se basan en persuasión a la audiencia para que consuman contenidos intentando luchar ante el elevado grado de competencia. De acuerdo con González (2008), respaldado por la teoría del conductismo y efectos limitados, la cual señala que la sociedad tiene una manera de actuar frente a la información que recibe, puesto que es un receptor que analiza, pero no es ajeno a verse influenciado. De tal modo (Castillo 2009), afirma que la sociedad se crea a partir de modelos (individuales y colectivos) que se expanden gracias a los medios.

La sociedad sin notarlo va adecuándose a la forma de dar a conocer la información por parte de la prensa y van adoptando conductas en base a ello. Siguiendo la teoría de la aguja hipodérmica, el efecto de influencia en la conducta de las personas, tiene un gran impacto, en el caso del periodismo deportivo puede generar idolatría hacia un personaje, pese a que no todos los receptores reaccionarán de la misma manera, será un factor importante ya sea de manera positiva como negativa.

Con respecto al fútbol, es analizado como un producto que congrega gran cantidad de personas, es de gran importancia para la prensa deportiva. Según Rojas (2010), “la prensa deportiva es un estudio fundamental que obtiene un creciente reconocimiento social, y cultural” (p. 2).

De acuerdo con la teoría del Interaccionismo de Goffman, surgida en los años 70, los patrones comunicacionales de interacción que aprendemos y practicamos diariamente, también se aplican en este estudio en el que las personas ya no son solo receptores de información, sino también crean contenidos, tienen capacidad de análisis, interactúan e interpretan.

En la actualidad la prensa sabe cuáles son las preferencias de las audiencias, la accesibilidad de la audiencia, que intereses en particular tienen, tiempo que dedican a ver televisión y quienes son la audiencia fidelizada.

Los comportamientos de los jóvenes en torno al deporte (fútbol), son influenciados por la prensa deportiva, de manera positiva como negativa, insertando en los jóvenes compartir una visión de la realidad social. Complementando lo mencionado Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson y Sanford (1950) se centran en el patriotismo negativo que denominaron pseudopatriotismo, definiéndolo como «un adhesión ciega hacia determinados valores culturales nacionales » (p. 107).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es relación entre la prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre contenido de opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018?

¿Cuál es la relación entre contenido informativo deportivo y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018?

¿Cuál es la relación entre contenido emocional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018?

1.5. Justificación del estudio

La razón teórica de esta investigación es conocer la relación entre prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018. Mediante la aplicación de teorías relacionadas al tema y de los conceptos básicos de las dos variables, para que de esta manera se pueda encontrar las explicaciones correspondientes a los fenómenos que acontecen en dicha investigación. Todo esto nos permitirá contrastar y diferenciar los conceptos aplicados a la realidad.

Para cumplir con los objetivos metodológicos de este estudio, se elaboró un instrumento de medición tanto para la variable “X” como la variable “Y”. Una vez elaborado el instrumento se analizó en el software estadístico SPSS, buscando conocer el nivel de relación entre la prensa deportiva nacional y el comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018.

En el aspecto práctico, el presente trabajo, tiene como finalidad proporcionar conocimientos con respecto a la relación entre la prensa deportiva nacional y el comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018, de tal manera que se pueda contribuir en determinar el impacto de la prensa deportiva nacional en la sociedad actual, en la creación de formas de pensar, opinar y actuar de acuerdo a los éxitos o fracasos deportivos, y que tanto pueda hasta influir en la vida cotidiana de la población.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

1.6.2. Hipótesis específicas

Existe una relación significativa entre contenido de opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018.

Existe una relación significativa entre contenido informativo deportivo y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018.

Existe una relación significativa entre contenido emocional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018.

1.7.Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

1.7.2. Objetivos específicos

Determinar la relación entre contenido de opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Determinar la relación entre contenido informativo deportivo y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Determinar la relación entre contenido emocional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

II. MÉTODO

2.1.Diseño de Investigación

El diseño de investigación es NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL; Behar (2008), afirma que “un investigador identifica los fenómenos tal y como suceden naturalmente, sin alterar o intervenir en su desempeño” (p. 19).

En consecuencia, Carrasco (2008), menciona que “este diseño se utiliza para ejecutar estudios de investigación de sucesos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado [...]” (p .72).

2.2. Variables, Operacionalización

La presente tesis tiene como variable **X** “Prensa Deportiva Nacional” y la variable **Y** “Comportamiento Patriótico”. Se definirán en forma conceptual.

2.2.1. Operacionalización de variables

a) Variable X: Prensa Deportiva Nacional

• Definición Conceptual

En la prensa deportiva actual, el deporte se ha convertido en más que un juego, dando paso al deporte como una competencia que genera espectáculo de masas, y despierta intereses colectivos

Los contenidos de opinión, tienen un gran impacto, el deporte como tal cada vez adquiere mayor notoriedad. (Rojas 2013) afirma que la información está supeditada al entretenimiento, en el que se tiene como principal objetivo obtener acogida en el receptor y ganancias económicas.

Beingolea (2010) señala que, en los recientes años la prensa ha incorporado un mayor número de cobertura de eventos deportivos, apareciendo además contenidos dedicados exclusivamente al deporte y también especializados en un deporte (fútbol). Las programaciones deportivas se establecen en horarios, en donde puedan obtener mayor alcance.

Dimensiones

❖ Contenido de opinión

Según González (2007), “Los contenidos de opinión tiene como objetivo, difundir ideas de forma argumentada persuadiendo al receptor y convenciéndolos de la veracidad y objetividad de lo que se está dando a conocer” (p.36).

Los contenidos de opinión representan el objetivo esencial del discurso periodístico (Guerra, 2008), reúnen información, para interpretarla y darle una valoración de acuerdo a un criterio, para de esta manera poder interactuar de forma correcta con el receptor haciendo que el mensaje cumpla con los objetivos esperados [...]

➤ **Indicadores:**

- Influencia del reportero deportivo
- Intereses de los medios deportivos
- Crónicas deportivas
- Manipulación de información
- Lenguaje valorativo

❖ **Contenido informativo deportivo**

La noticia no sigue una estructura cronológica, empieza por lo más trascendente, en el caso del deporte por los resultados, para posteriormente narrar los sucesos que fueron determinantes, tratando de plasmar un lenguaje objetivo, entendible, y agradable que guste a la audiencia y se adecue al estilo periodístico del medio de comunicación.

De acuerdo con Morales (2012), las empresas periodísticas, imponen su criterio y estilo, haciendo prevalecer sus ideales. Un periodista deportivo debe dominar temas ligados a dicha rama, siendo un especialista, conociendo aspectos imprescindibles que agilicen y mejoren su tarea, lo cual conlleva a informarse y estar en constante desarrollo.

➤ **Indicadores:**

- Estadísticas
- Estructura
- Análisis
- Lenguaje descriptivo
- Fuentes periodísticas

❖ **Contenido Emocional**

El deporte en general y en especial el fútbol muestra un alto grado de contenido emocional para el espectador, puesto que despierta pasiones, que son desbordadas al escuchar un himno nacional, gritar un gol, y hasta incluso frustrarse al no conseguir un resultado esperado.

Una pasión es una emoción que puede llevar a una acción, cuya efusividad aumenta de acuerdo al sentirse impotente de intervenir e influir en el trámite y resultado del encuentro. Desarrollando en ese momento diferentes emociones, que pueden trasladarse en

actitudes individuales y colectivas, trascendiendo más allá del razonamiento, transformándose en una adrenalina incontenible [...]. Brune (1999).

➤ **Indicadores:**

- Historias de éxitos deportivos
- Lenguaje sentimental
- Crónicas deportivas
- Sensacionalismo deportivo
- Imágenes emocionales

b) Variable Y: Comportamiento Patriótico

• **Definición Conceptual**

En cuanto al comportamiento patriótico, Morales (2012), sostiene su propia hipótesis:

«El patriotismo está reflejado con sangre y sentimientos incontrolables». Proviene de un deseo de defender todo aquello que los identifica como parte de un grupo social, cultural y étnico. El patriotismo puede llegar a ser desmedido y confundirse con violencia, y el principal problema es determinar si esto se da de manera accidental, se puede cambiar o si la violencia seguirá formando parte de ese instinto de rebelión». (p. 1)

Complementando esta hipótesis Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson y Sanford (1950) se centran en un punto de vista de contraste, el patriotismo negativo que denominaron pseudopatriotismo, definiéndolo como «un patriotismo desmedido que se traslada de las emociones a realizar actos efusivos que van en contra de los sentimientos de simpatizantes de los equipos rivales » (p. 107).

El patriotismo se pone en constante manifiesto desde vestir los colores que representan a toda una nación, hasta cantar nuestro himno nacional y brindar aliento a los deportistas que nos representan. Sintiendo una pasión incontrolable, relacionando el fútbol con el día a día de muchos compatriotas, viéndose reflejado en el terreno de juego valores

como disciplina, compañerismo, esfuerzo, trabajo en equipo y amor; amor por el territorio patrio.

Dimensiones

❖ Sentido de pertenencia

El sentido de pertenencia es un comportamiento patriótico que se desempeña en el orgullo de una persona o un grupo social sobre sus orígenes. García (2005), argumenta que los medios deportivos pretenden tener un mayor conocimiento sobre este aspecto para de esta manera; facilitar el uso selectivo de información; teniendo en cuenta la accesibilidad del receptor; y partiendo sobre todo de conocer las preferencias de las audiencias, para fidelizarlas, usando como método de atracción, haciéndolos parte de un solo sentir común (p.27).

➤ Indicadores:

- Uso de símbolos patrios
- Orgullo patriótico
- Valores
- Identidad
- Costumbres

❖ Compromiso patrio

De acuerdo con Rojas (2011), el periodismo deportivo es una modalidad informativa de alto impacto social, crea tendencias de opinión y perspectivas de tipo de información para ser partícipe de la consecución de un éxito colectivo. (p.17). Por ello los medios resaltan este aspecto fundamental enaltecer la imagen de los deportistas y de los costumbres e historia, para de esta manera generar una conducta de compromiso por parte de la audiencia hacia el equipo o deportista con el que se sienten identificados y/o representados.

➤ Indicadores:

- Simpatizantes
- Hinchas
- Fanáticos

- Ámbitos sociales
- Atracción

❖ **Expresión de peruanidad en redes sociales**

El ciudadano actual siente satisfacción al expresarse en redes sociales. De acuerdo con Virués (2009), sustenta que:

El internet presenta ventajas en relación a los medios tradicionales como la radio, y prensa, mostrando cualidades en torno a la medición de cuantas personas entran a la página, los días y horas, detectando de esta manera cuáles son sus intereses ya a qué tipo de publicaciones se muestran atraídas. [...]. Esta herramienta es utilizada por el periodismo deportivo para persuadir al público y lograr que estos demuestren su afecto patriótico, a través de videos, imágenes o mensajes relacionados a lo mismo.

La comunidad digital cada vez se vuelve más exigente e interactúa de manera constante en los medios, fidelizando audiencia joven y que está en búsqueda de estar informado al instante, siendo las páginas webs y redes sociales, herramientas fundamentales para saciar ese deseo de estar enterado de acontecimientos deportivos, políticos y sociales.

➤ **Indicadores:**

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- Páginas Webs

2.3.Población y muestra

2.3.1. Población

La población objeto de estudio se ha definido de acuerdo a los siguientes criterios:

- Ubicación Geográfica: Habitantes de Callao - Cercado
- Rango de edad: De 20 a 32 años
- Con acceso a los medios de comunicación e interés por los contenidos deportivos.

Teniendo como resultado: **174,393 personas.**

2.3.2. Muestra

Aplicando la fórmula del muestreo aleatorio simple, para una población de **174,393 personas**, con un grado de error del 5 % y un nivel de confianza del 95%, se obtuvo como resultado una muestra de **382 personas**.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

n = Tamaño de la muestra,

Z = Nivel de confianza = 95 % = 1.96 |

p = Variabilidad positiva = 0.5

q = Variabilidad negativa = 0.5

N = Tamaño de la población = **174.393**

E = Error estándar = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 174.393}{174.393 \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 382$$

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica

En el desarrollo de esta investigación se utilizó como técnica la **ENCUESTA**, para recabar información, a fin de alcanzar los objetivos propuestos en la misma.

Para Kuznik, Hurtado & Espinal (2010), “la encuesta es una técnica de recolección de datos, una forma concreta, y práctica de un procedimiento de investigación [...]” (p.317).

2.4.2. Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento que se empleó para la recolección de datos es el **CUESTIONARIO**, para de esta manera medir y analizar cuál es la relación entre las variables. Según García, Alfaro, Hernández & Alarcón (2010), “es un proceso elaborado de recolección de información a través de la realización de una serie de preguntas” (p.233).

El instrumento tiene una escala tipo Likert, cuenta con 30 preguntas; 15 preguntas para la variable X (Prensa Deportiva Nacional) y 15 para la variable Y (Comportamiento Patriótico), el cuestionario está dirigido a los jóvenes peruanos de Callao - Cercado, entre las edades de 20 a 32 años de edad. Las alternativas de respuesta fueron 5 y se considera:

Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.

2.4.3. Validez

Se ha comprobado la validez del instrumento de la siguiente manera:

Validez de contenido: Uso de juicio de expertos (validez cualitativa) y la prueba de V-Aiken (validez cuantitativa).

“La validez se define como el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (Hernández et al., 2010, p. 201).

El instrumento que se utilizó para la investigación ha sido sometido a juicio de expertos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, los cuales son:

- a) Mg. Pedro Uriarte Laymes
- b) Mg. Joohn Raúl Oblitas Carreño
- c) Mg. Humberto Acuña Valencia

• PRUEBA BINOMIAL - PERTINENCIA

Prueba binomial						
		Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (bilateral)
Juez1	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000
	Total		30	1.00		
Juez2	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000
	Total		30	1.00		
Juez3	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000
	Total		30	1.00		

La prueba Binomial de Pertinencia indica que el instrumento de medición es válido al 100% en su contenido, existe concordancia significativa entre los expertos en relación a las variables, puesto que el valor $0.00 < 0,05$ en la columna con una significación exacta (Bilateral).

- **PRUEBA BINOMIAL - RELEVANCIA**

Posteriormente también se realizó la prueba de V-Aiken para conocer el nivel de **RELEVANCIA** y mostro un resultado de 100% por lo tanto es válido.

Prueba binomial							
		Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (bilateral)	
Juez1	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000	significativo
	Total		30	1.00			
Juez2	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000	significativo
	Total		30	1.00			
Juez3	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000	significativo
	Total		30	1.00			

La prueba binomial muestra la **RELEVANCIA** indicando que es válida porque existe una concordancia **SIGNIFICATIVA**, ya que el resultado es < 0.05 .

- **PRUEBA BINOMIAL – CLARIDAD**

Por último, se realizó la evaluación de **CLARIDAD**. El nivel del valor de cada ítem en la prueba de **V-Aiken** es **100 %** por lo tanto es válido.

Prueba binomial							
		Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (bilateral)	
Juez1	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000	significativo
	Total		30	1.00			
Juez2	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000	significativo
	Total		30	1.00			
Juez3	Grupo 1	si	30	1.00	.50	.000	significativo
	Total		30	1.00			

El valor de las 3 evaluaciones de los jueces en cuanto a **CLARIDAD** es **SIGNIFICATIVO** por lo tanto se rechaza el **H₀** (observado). Ya que $p < 0.05$.

2.4.4. Confiabilidad

Según Bernal (2010), “la confiabilidad de un cuestionario hace referencia a la consistencia de los puntos de vista de los mismos encuestados [...]” (p. 247).

De acuerdo con Cappello, Aguirre, Castro, Cervantes y Marín (2004), afirman que el coeficiente Alfa de Cronbach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems (preguntas). El mayor valor teórico de Alfa es 1, y a partir de 0.700 se considera un valor aceptable.

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy Baja
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach, ingresando los datos recolectados al estadístico SPSS 20, realizada a la muestra, que corresponde a 382 jóvenes peruanos de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, que consumen prensa deportiva nacional.

TABLA: FIABILIDAD GENERAL

Resumen del procesamiento de los casos				Estadísticos de fiabilidad	
casos				Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válidos	382	100,0	,968	30
	Excluidos ^a	0	,0		
	Total	382	100,0		

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

El estadístico de fiabilidad para la variable “X” e “Y” indica que la prueba es confiable, puesto que dio un valor de 0.968; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera **muy alto**.

Variable X: Prensa Deportiva Nacional

Resumen del procesamiento de los casos				Estadísticos de fiabilidad	
casos				Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válidos	382	100,0	,953	15
	Excluidos ^a	0	,0		
	Total	382	100,0		

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

El estadístico de fiabilidad para la variable “X” indica que la prueba es confiable porque dio un valor de 0.953; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera **muy alto**.

Variable Y: Comportamiento patriótico

Resumen del procesamiento de los casos				Estadísticos de fiabilidad	
casos				Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válidos	382	100,0	,921	15
	Excluidos ^a	0	,0		
	Total	382	100,0		

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

El estadístico de fiabilidad para la variable “Y” indica que la prueba es confiable porque dio un valor de 0.921; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera **muy alto**.

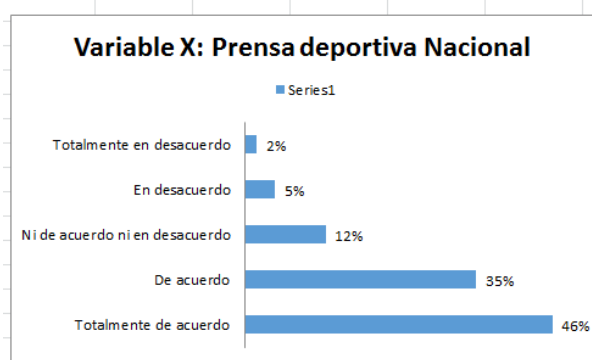
2.5.Métodos de análisis de datos

En el presente trabajo de investigación se utilizó el programa estadístico SPSS 30. Las pruebas estadísticas realizadas para esta investigación fueron: Alfa de Cronbach, prueba de normalidad, y de contrastación de hipótesis.

2.6.Aspectos Éticos

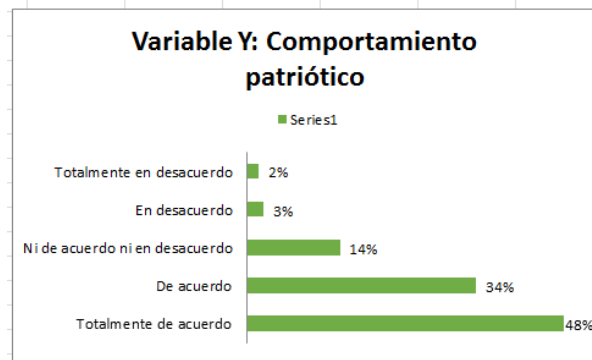
- Utilización de la información: Se respetó la identidad de los encuestados y a la información obtenida se le dio un uso netamente académico
- Valor social: Las personas que participaron en el estudio, fueron voluntarios, que gentilmente presentaron disposición, no fueron expuestas a peligro alguno.

III. RESULTADOS



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de Callao – Cercado; de acuerdo con las preguntas de la variable X, el 46% respondió que está totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.



Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de Callao – Cercado; de acuerdo con las preguntas de la variable Y, el 48% respondió que está totalmente de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 14% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

Prueba de Kolmogorov

Variables X e Y

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra			
		Prensa Depor	Comportamiento
N		382	382
Parámetros normales ^{a,b}	Media	52,83	56,40
	Desviación típica	15,669	11,706
	Absoluta	,221	,155
Diferencias más extremas	Positiva	,188	,149
	Negativa	-,221	-,155
Z de Kolmogorov-Smirnov		4,318	3,029
Sig. asíntot. (bilateral)		,000	,000

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

La prueba de normalidad de kolmogorov-smirnov con muestra de 382 personas, dan a conocer que las variables en estudio tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que se rechaza la H_0 y se acepta la Hipótesis General por lo tanto el estudio **tiene una distribución normal**.

DIMENSIÓN 1 CON VARIABLE Y

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
	Contenido de Opinión	Comportamiento
N	382	382
Parámetros normales ^{a,b}	Media	16,24
	Desviación típica	6,447
Diferencias más extremas	Absoluta	,157
	Positiva	,152
	Negativa	-,157
Z de Kolmogorov-Smirnov	3,074	3,029
Sig. asintót. (bilateral)	,000	,000

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

La prueba de normalidad de kolmogorov-smirnov con muestra de 382 personas, dan a conocer que la dimensión 1 con la variable Y tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 por lo tanto el estudio tiene una distribución normal.

DIMENSIÓN 3 CON VARIABLE Y

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
	Contenido Emocional	Comportamiento
N	382	382
Parámetros normales ^{a,b}	Media	17,71
	Desviación típica	5,659
Diferencias más extremas	Absoluta	,237
	Positiva	,173
	Negativa	-,237
Z de Kolmogorov-Smirnov	4,632	3,029
Sig. asintót. (bilateral)	,000	,000

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

La prueba de normalidad de kolmogorov-smirnov con muestra de 382 personas, dan a conocer que la dimensión 3 con la variable Y tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que se rechaza la H_0 y se acepta la H_3 por lo tanto el estudio tiene una distribución normal.

DIMENSIÓN 2 CON VARIABLE Y

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
	Contenido Informativo	Comportamiento
N	382	382
Parámetros normales ^{a,b}	Media	18,88
	Desviación típica	4,335
Diferencias más extremas	Absoluta	,175
	Positiva	,101
	Negativa	-,175
Z de Kolmogorov-Smirnov	3,420	3,029
Sig. asintót. (bilateral)	,000	,000

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

La prueba de normalidad de kolmogorov-smirnov con muestra de 382 personas, dan a conocer que la dimensión 2 con la variable Y tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que se rechaza la H_0 y se acepta la H_2 por lo tanto el estudio tiene una distribución normal.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

En el presente estudio se aplicó la Regresión Lineal con la finalidad de contrastar las hipótesis.

-0.91 a -1.00 =	Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90 =	Correlación negativa muy fuerte.
-0.51 a -0.75 =	Correlación negativa considerable.
-0.26 a -0.50 =	Correlación negativa media.
-0.11 a -0.25 =	Correlación negativa débil.
-0.01 a -0.10 =	Correlación negativa muy débil.
0 =	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.01 a +0.10 =	Correlación positiva muy débil.
+0.11 a +0.25 =	Correlación positiva débil.
+0.26 a +0.50 =	Correlación positiva media.
+0.51 a +0.75 =	Correlación positiva considerable.
+0.76 a +0.90 =	Correlación positiva muy fuerte.
+0.91 a +1.00 =	Correlación positiva perfecta.

Hipótesis general: (H1):

Existe una relación significativa entre la Prensa deportiva nacional y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

(Ho)

No existe una relación entre la Prensa deportiva nacional y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Correlaciones			
		PrensaDepo r	Comportami ento
PrensaDepor	Correlación de Pearson	1	,918 ^{**}
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Comportamiento	Correlación de Pearson	,918 ^{**}	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,918 ^a	,843	,842	6,226

a. Variables predictoras: (Constante), Comportamiento

Según los resultados obtenidos se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que la Prensa deportiva nacional **tiene una correlación positiva perfecta** con el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018.

Hipótesis específica 1:

(H1):

Existe una relación significativa entre Contenido de Opinión y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

(Ho):

No existe una relación significativa entre Contenido de Opinión y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Correlaciones			
		Contenido de Opinión	Comportamiento
Contenido de Opinión	Correlación de Pearson	1	,885**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Comportamiento	Correlación de Pearson	,885**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregido	Error típ. de la estimación
1	,885 ^a	,783	,783	3,005

a. Variables predictoras: (Constante), Comportamiento

Según los resultados obtenidos se rechazaron la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que los Contenidos de Opinión **tienen una correlación positiva muy fuerte** con el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Hipótesis específica 2:

(H1):

Existe una relación significativa entre Contenido Informativo y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

(Ho):

No existe una relación significativa entre Contenido Informativo y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Correlaciones			
		Contenido Informativo	Comportamiento
Contenido Informativo	Correlación de Pearson	1	,825**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Comportamiento	Correlación de Pearson	,825**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregido	Error típ. de la estimación
1	,825 ^a	,681	,680	2,452

a. Variables predictoras: (Constante), Comportamiento

Según los resultados obtenidos se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que los Contenido Informativos **tienen una correlación positiva muy fuerte** con el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Hipótesis específica 3:

(H1):

Existe una relación significativa entre Contenido Emocional y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

(Ho):

No existe una relación significativa entre Contenido Emocional y el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

Correlaciones			
		ContenidoEmoc	Comportamient
		c	o
ContenidoEmoc	Correlación de Pearson	1	,901**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Comportamiento	Correlación de Pearson	,901**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,901 ^a	,812	,812	2,455

a. Variables predictoras: (Constante), Comportamiento

Según los resultados obtenidos se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que Contenido Emocional **tiene una correlación positiva muy fuerte** con el Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018.

IV. DISCUSIÓN

En la presente tesis se tuvo como objetivo general conocer la relación entre Prensa Deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado. Se tomó como muestra específica 382 jóvenes de Callao – Cercado, cuyas edades son de 20 a 32 años de edad, que consumen prensa deportiva. Con base a esto se plantearon las hipótesis estadísticas en las que se desarrolla esta investigación.

Objetivo e Hipótesis General:

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación se concluye que existe una correlación significativa perfecta entre Prensa deportiva nacional y Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, siendo respaldado por los resultados obtenidos en la prueba de fiabilidad, indicando que el nivel de fiabilidad del instrumento y de los ítems es muy alto (0.968), la cual es sustentada en la prueba de normalidad dando a conocer que las variables en estudio tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, por lo tanto el estudio tiene una distribución normal.

Este estudio ha exigido utilizar un repertorio metodológico amplio para abordar ambas variables, estableciendo que el deporte se ha convertido en un verdadero espectáculo de masas donde la información queda supeditada al entretenimiento como forma de expresión, por ello el poder de atracción que tiene, es aprovechado por la prensa, que proyecta los logros de deportistas y equipos hacia la comunidad a la que representan, despertando en el ciudadano diversas emociones. En dicho contexto Torres (2010), recomienda analizar los cambios sustanciales del periodismo deportivo, en la cual también se debe hacer énfasis en resaltar valores que permitan comportamientos sociales adecuados, los cuales no sean solo expresados en una euforia desmedida de los aficionados. Asimismo la teoría estructural funcionalista de Paul Lasswell, hace referencia al poder de los medios frente a las masas, teniendo como objetivo lograr la persuasión, en el caso de la prensa deportiva adquiere un rol protagónico en los ideales de la gente, trascendiendo hasta en la vida cotidiana de los mismos.

Objetivo e Hipótesis Específico 1:

El presente estudio, ofrece las características de una investigación que plantea rigurosas aportaciones, en la que también se analizaron los objetivos específicos, el primero de ellos buscó determinar la relación entre Contenidos de Opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, en la cual a través de la contrastación de hipótesis, se identificó una correlación positiva muy fuerte, asimismo la prueba de normalidad nos indicó que las variables en estudio tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, por lo tanto el estudio tiene una distribución normal.

Respecto a lo expuesto, se debe tener en cuenta que el deporte es un terreno donde la opinión es fundamental para el relato periodístico, explicando lo sucedido en las competencias, y esto es aprovechado por los medios utilizando los contenidos de opinión para mantener interacción con la audiencia. Las estrategias de comunicación se basan en la persuasión a la audiencia; en la prensa deportiva, los contenidos de opinión tienen un gran impacto, su finalidad no es netamente informativa, es la de transmitir ideas, expresándolas de manera argumentativa para intentar convencer al receptor de ellas. Según plantea Yifei Li (2014), se debe analizar la influencia de los contenidos de opinión que ofrece la prensa a la sociedad, la cual reside precisamente en ser los “depositarios de la imagen social”, construyendo una realidad, en base a ideas de los líderes de opinión, esto puede incidir en darle libertad o manipular a la sociedad; unirla o dividirla; estimular el progreso o no. La prensa, en ocasiones aprovecha la posición de prestigio que le otorga la sociedad, abusando de su poder y falseando los hechos, con el objetivo de cumplir con ciertos intereses. En este contexto la Teoría del cultivo de Gerbner, afirma que mientras la gente pase más tiempo viviendo en el mundo de los medios de comunicación, será más fácil que crean que la realidad social se asemeja a la realidad proyectada por los medios; es decir el receptor adquiere una actitud que se ve influenciada en base a lo que observa en televisión.

Objetivo e Hipótesis Específico 2:

Asimismo, se determinó que existe una correlación significativa muy fuerte entre Contenidos informativos y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, la cual es respaldada por la prueba de normalidad dando a conocer que las variables en estudio tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$, lo que implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, por lo tanto, el estudio tiene una distribución normal.

En respuesta a esta relación; en la prensa, el deporte se ha convertido en un espectáculo de masas donde los contenidos de información están supeditados al entretenimiento, e intereses de los medios, para salvaguardar el negocio. En este contexto Pardo (2016), añade que los contenidos informativos deben responder a las preguntas tradicionales del periodismo, dichos contenidos están vinculados con la forma en cómo la prensa interviene en influenciar en el comportamiento social de su audiencia, manipulando en diversas ocasiones la información para obtener mayor repercusión, perdiendo la objetividad. La teoría de la Agenda setting de Maxwell McCombs y Donald Shaw, manifiesta que la selección temática de los medios es la que interviene en la percepción del público, en el caso de la prensa deportiva ordenan los contenidos informativos de acuerdo a la relevancia de estos.

Objetivo e Hipótesis Específico 3:

Finalmente, de acuerdo con los resultados obtenidos se determinó que existe una correlación significativa muy fuerte entre Contenidos emocionales y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, asimismo la prueba de normalidad nos indicó que las variables en estudio tienen un valor de distribución menor a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, por lo tanto el estudio tiene una distribución normal.

De esta manera se identifica que la relación entre la tercera dimensión de la primera variable y la segunda variable es existente, puesto que de acuerdo con Morales (2012), la

prensa deportiva genera contenidos emocionales que promueven la actividad física desde el punto de vista de los países, siendo una estrategia para incentivar sentimientos patrióticos en la población y sobre todo en los jóvenes quienes se sienten identificados con los logros deportivos, exteriorizando conductas efusivas; la teoría de la aguja hipodérmica complementa lo mencionado, dando a conocer que los medios de alguna u otra manera manipulan a la población para generar mayor audiencia, proyectando un estilo de causa-efecto, en el cual el receptor recibe el mensaje y en base a ello tiene un comportamiento determinado.

V. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta todo lo expuesto; el objetivo fundamental de la presente tesis fue abordar el problema de la influencia de la prensa deportiva nacional en generar un comportamiento patriótico en los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, de manera negativa, fomentando en que estos tomen una actitud de patriotismo desmedido, que pueda ser reflejado a través de actos violentos, o incluso crear un fanatismo perjudicial para este y su entorno que lo rodea.

Primero: El aporte principal de este trabajo consiste en demostrar que existe relación entre la Prensa deportiva nacional y Comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, la cual se determinó que tiene un grado de fiabilidad muy alto (0.968); estableciendo en el capítulo II que el deporte se ha convertido en un verdadero espectáculo de masas donde la información queda supeditada al entretenimiento como forma de expresión, por ello la prensa aprovechando su poder de atracción, debe hacer énfasis en resaltar valores que permitan comportamientos sociales adecuados en los jóvenes lo cuales son los consumidores fundamentales de esta especialización periodística.

Segundo: Se demostró que existe relación entre Contenido de opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado; las estrategias de comunicación se basan en persuadir a la audiencia, en la que los contenidos de opinión de la prensa deportiva tienen un gran impacto en los jóvenes, y cuya finalidad no es netamente informativa, es la de transmitir ideas, en la que el receptor adquiere una actitud que se ve influenciada, según lo expuesto en el capítulo II, lo cual incluso se corrobora con los resultados.

Tercero: Se demostró que existe relación entre Contenido informativo y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado; la información que proyecta la prensa deportiva como en toda especialización del periodismo, está supeditada bajo los intereses de los medios, para salvaguardar el negocio, siendo manipulada en diversas ocasiones para obtener mayor repercusión, perdiendo objetividad.

Cuarto: Finalmente, se identificó que existe relación entre Contenido emocional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado; en la que la prensa deportiva incentiva sentimientos patrióticos en la población y sobre todo en los jóvenes quienes se sienten identificados con los logros deportivos, exteriorizando conductas efusivas.

VI. RECOMENDACIONES

Después de analizar los resultados obtenidos en la investigación se propone las siguientes recomendaciones.

Primero: Para obtener una influencia positiva de la prensa deportiva nacional, sobre el comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao - Cercado, se deben realizar campañas masivas, para que se tome conciencia sobre este aspecto, siendo un factor que ayude a integrarnos como sociedad y no provoque efusividad desmedida que pueda reflejarse en actos violentos, este enfoque debe estar orientado a forjar valores en los jóvenes, para que estos opten por una postura de respeto al rival y de festejar los triunfos deportivos sin generar vandalismo.

Segundo: El periodista, en cualquiera de sus especialidades, está sometido a resistir todo tipo de presiones por parte de los medios en los que trabajan para aumentar sus ventas y promocionar sus espacios; es por tal motivo que en los contenidos de opinión que estos difunden, tienden a manipular las noticias deportivas. Por ello se recomienda a los jóvenes peruanos de Callao – Cercado analizar, discernir y evaluar los contenidos de opinión, con la finalidad de crear una opinión propia.

Tercero: En la actualidad la prensa deportiva en nuestro país, a través de sus contenidos informativos, se ha encargado de resaltar hechos importantes para el fútbol peruano, analizando solo los resultados e influyendo en la opinión que adquieran los jóvenes, ya sea de manera positiva o negativa. Se plantea como alternativa de solución reforzar la capacidad de recepción de información por parte de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, diseñando y plasmando campañas sociales desde colegios hasta universidades, para que estos investiguen más, busquen varias fuentes de información para contrastarlas e identificar cuáles son más confiables

Cuarto: Se recomienda que los contenidos emocionales no inciten a cometer actos que lleguen a trasgredir la integridad de otras personas, en este aspecto el poder de las redes sociales deben ser utilizado para fomentar mensajes positivos, utilizando la presencia de líderes de opinión, con los cuales los jóvenes se sientan identificados y sean un factor de motivación para mostrar una conducta patriótica positiva sin pseudopatriotismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson y Sanford (1950). *La Personalidad Autoritaria*. Universidad Nacional de Educación a Distancia de España. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2971/297124008008.pdf>
- Arenas, A. (2012). *La Radio Temática Deportiva: Implantación, Modelos y Panorama Internacional*. (Tesis para optar el Grado de Doctor). Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información.
- Bernal, C (2010). *Metodología de la Investigación*. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia
- Beingolea, A (2010). La televisión como espacio deportivo. En *Televisión: 14 formas de mirarla*. Lima. Departamento Académico de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Billings (2010). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente*. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y f. c. Barcelona. Recuperado de: https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR_NARANJO_ARCOS.pdf?sequence=6
- Branz, Garriga y Moreira (2012). *Deporte y ciencias sociales: Claves para pensar las sociedades contemporáneas*. Recuperado de: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/deporte_y_ciencias_sociales_1.pdf
- Brune (1999) *La Prensa deportiva previo a el último siglo*. Edit 2
- Cappello, Aguirre, Castro, Cervantes y Marín (2004) *Estudio Del Análisis De La Consistencia Interna Y La Validez De Construcción De Una Prueba En El Programa De Enseñanza Vivencial De Las Ciencias*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/654/65414202.pdf>
- Castelo, C (2015). *Análisis e interpretación de la Columna de Opinión en la Obra Periodística del Murciano José García Martínez*. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/300306/TMCCB.pdf?sequence=1>
- De Baranda, (2013). “Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979 - 2010)”.
- Díaz, A y Morales, C (2014). *El papel del comunicador en la comunicación para el desarrollo y el cambio social*. Recuperado de: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/El-papel-del->

comunicador-en-la-comunicaci%C3%B3n-para-el-desarrollo-y-el-cambio-social-_3.pdf

Esteve y Fernández (1999). El impacto de Internet en los medios de comunicación en España.

García, Alfaro, Hernández & Alarcón (2010) Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones.

García, S. (2013). Televisión y redes sociales: presencia de la estrategia 3.0 de Antena 3 en Facebook. Recuperado de: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/077.pdf>

González, C (2007). «Cuatro»: La Nueva estrategia de marca televisiva para conectar con los jóvenes. Revista científica de Educomunicación. Edit 3.

González, C. (2007). Estrategias de comunicación entre el medio televisivo e Internet. Recuperado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gonzalez-onate-cristina-estrategias-de-comunicacion-tv-internet.pdf>

Guerra, (2008) Proyecto de Diseño aplicado al Deporte. Una nueva propuesta de Imagen Corporativa para el Fútbol Peruano.

Guerra, R. (2012). Una nueva propuesta de Imagen Corporativa para el Fútbol Peruano. (Tesis de Maestría). Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

Hernández (2003). Deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva Española (tesis de doctorado). Universidad Carlos III de Madrid, Departamento de periodismo y comunicación audiovisual

Ibañez, R (2017). Branding: Contribución Comunicacional de la Alianza Estratégica entre Umbro y el Club Universitario de Deportes para mejorar la exposición de marca. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación). Universidad de Lima Facultad de Comunicación.

Kuznik, Hurtado & Espinal (2010). El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas. Recuperado de: <http://pagines.uab.cat/trec/content/kuznik-anna-hurtado-albir-amparo-y-espinal-berenguer-anna-2010-%E2%80%99Cel-uso-de-la-encuesta-de>

Lara, (2007) Los programas deportivos en televisión: la información como espectáculo

- León, D (2016). Análisis del tratamiento de la noticia deportiva en los canales claro sports colombia y win sports. Recuperado de: <http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3641/Leondiego2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Molina, J (2018). Periodismo 3.0. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/Javier%20Molina%20Vizcarra.html>
- Morales, (2012). La información deportiva incompleta y limitada de los diarios especializados Los casos de El Bocón, Líbero y Todo Sport”.
- Naranjo, A (2011). La crónica como género prevalente. el caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y f. c. Barcelona. Recuperado de: https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR_NARANJO_ARCOS.pdf?sequence=6
- Pardo, M (2016). Construyendo nuevos héroes. La cobertura periodística, los niños futbolistas y el negocio del fútbol
- Rojas, J. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. Universidad de Sevilla (España). Recuperado de: http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/v4/pe/3_periodismo_deportivo.pdf
- Rojas, F (2017). La prensa deportiva en el deporte del fútbol. Edit 3
- Salvatori, P (2013). El deporte en la televisión. Recuperado de: <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20416/pdf.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Seller, C. (2014). Implicación de las redes sociales en la medición de audiencias de los programas de televisión. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/29425/CRISTINA%20SELLER%3B%20TRABAJO%20FIN%20DE%20GRADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torres, N (2010). Periodismo Deportivo Qué ha pasado en las dos últimas décadas. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis430.pdf>
- Torres, J (2014). Periodismo Deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas del futuro. Universidad de Sevilla. Edit. 4.
- Virués, F. (2009). Análisis del funcionamiento y tratamiento de la información en los medios deportivos. Universidad de Sevilla (España). Recuperado de:

<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/43987/Francisco%20Viru%C3%A9s%20Azaustre%20TFG.pdf?sequence=1>

Wanta (2013). La pasión como cultura del periodismo deportivo. Edit 3.

Yifeli, L (2014). Periodismo deportivo en España. Estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl_2072_240240/TFM-Yifei_Li.pdf

ANEXOS Instrumento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENCUESTA A JÓVENES VARONES DE 20 A 32 AÑOS DE EDAD DE CALLAO - CERCADO

Encuesta realizada por Luis Fernando Rodríguez Delgado, para la presente tesis:

“PRENSA DEPORTIVA NACIONAL Y COMPORTAMIENTO PATRIÓTICO DE LOS JÓVENES PERUANOS DE CALLAO – CERCADO 2018

Instrucciones: Por favor, califique con objetividad de acuerdo con la siguiente escala:

Datos Generales:

Género:

a) Masculino

Valor	Descripción
5	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2	En desacuerdo
1	Totalmente en desacuerdo

N°	Preguntas sobre:	Valor
X1: CONTENIDO DE OPINIÓN		
1.	Los reporteros deportivos tienen una gran influencia en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	
2.	Los intereses de los medios deportivos, repercuten en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	
3.	Las crónicas deportivas son contenidos de opinión de la prensa deportiva que forjan valores patrióticos en la población	
4.	La manipulación de información es una mala práctica que se da en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	
5.	El uso del lenguaje valorativo tiene un gran aporte en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	
X2: CONTENIDO INFORMATIVO		
6.	Las estadísticas deportivas son un gran aporte para los contenidos informativos de la prensa deportiva	
7.	La estructura de los contenidos informativos en la prensa deportiva es eficaz	
8.	Los análisis periodísticos influyen en los contenidos informativos de la prensa deportiva	
9.	El lenguaje descriptivo de los contenidos informativos es claro y verás.	
10.	Las fuentes periodísticas de los contenidos informativos son veraces.	
X3: CONTENIDO EMOCIONAL		
11.	Las historias de éxitos deportivos son contenidos emocionales que forman parte de una estrategia de la prensa deportiva para obtener mayor público	
12.	El uso del lenguaje sentimental en los contenidos emocionales de la prensa deportiva es adecuado	
13.	El sensacionalismo deportivo tiene un gran poder de atracción en la población	

14.	Los mensajes emocionales difundidos en la prensa deportivas son eficaces	
15.	La prensa deportiva utiliza las imágenes como parte de sus contenidos emocionales	
Y1: SENTIDO DE PERTENENCIA.		
16.	El uso de símbolos patrios, son impulsados por un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia	
17.	El orgullo patriótico forma parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	
18.	Los valores patrióticos son parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	
19.	La identidad forma parte de un comportamiento patriótico de identidad	
20.	Las costumbres son manifestaciones de sentido de pertenencia	
Y2: COMPROMISO PATRIO		
21.	Un simpatizante de la selección peruana muestra un compromiso patrio	
22.	Los hinchas optan una determinada conducta malinterpretando un compromiso patrio	
23.	Los fanáticos, y su compromiso con la selección le permiten analizar el juego	
24.	Los ámbitos sociales, influyen en un excesivo compromiso patrio en los jóvenes peruanos	
25.	El compromiso patrio tiene un gran poder de atracción en la población	
Y3: EXPRESIÓN DE PERUANIDAD EN LAS REDES SOCIALES.		
26.	Expresa su peruanidad mediante el facebook	
27.	Expresa su peruanidad mediante Twitter	
28.	Expresa su peruanidad mediante fotografías en Instagram	
29.	Expresa su peruanidad mediante Youtube	
30.	Expresa su peruanidad mediante los comentarios en las páginas webs	

Validación del Instrumento

1ER JUEZ: Mg. Pedro Uriarte Laymes

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable X – Prensa Deportiva

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
Dimensión 1: Contenido de opinión								
1	Los reporteros deportivos tienen una gran influencia en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	X		X		X		
2	Los intereses de los medios deportivos, repercuten en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	X		X		X		
3	Las crónicas deportivas son contenidos de opinión de la prensa deportiva que forjan valores patrióticos en la población	X		X		X		
4	La manipulación de información es una mala práctica que se da en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	X		X		X		
5	El uso del lenguaje valorativo tiene un gran aporte en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	X		X		X		
Dimensión 2: Contenido informativo								
6	Las estadísticas deportivas son un gran aporte para los contenidos informativos de la prensa deportiva	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
7	La estructura de los contenidos informativos en la prensa deportiva es eficaz	X		X		X		
8	Los análisis periodísticos influyen en los contenidos informativos de la prensa deportiva	X		X		X		
9	El lenguaje descriptivo de los contenidos informativos es claro y veraz.	X		X		X		
10	Las fuentes periodísticas de los contenidos informativos son veraces.	X		X		X		
Dimensión 3: Contenido emocional								
11	Las historias de éxitos deportivos son contenidos emocionales que forman parte de una estrategia de la prensa deportiva para obtener mayor público	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
12	El uso del lenguaje sentimental en los contenidos emocionales de la prensa deportiva es adecuado	X		X		X		
13	El sensacionalismo deportivo tiene un gran poder de atracción en la población	X		X		X		
14	Los mensajes emocionales difundidos en la prensa deportivas son eficaces	X		X		X		
15	La prensa deportiva utiliza las imágenes como parte de sus contenidos emocionales	X		X		X		

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia):

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

APLICABLE (X)

APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR ()

NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr. Mg. Uriarte Laymes Pedro

Especialidad: Periodismo Deportivo

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: [Firma]

FECHA: 26/11/2018

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable Y – Comportamiento patriótico

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia	Relevancia	Claridad	Observaciones
	Dimensión 1: Sentido de pertenencia.	SÍ	NO	SÍ	NO
16	El uso de símbolos patrios, son impulsados por un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia	X	X	X	
17	El orgullo patriótico forma parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	X	X	X	
18	Los valores patrióticos son parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	X	X	X	
19	La identidad forma parte de un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia	X	X	X	
20	Las costumbres son manifestaciones de sentido de pertenencia	X	X	X	
	Dimensión 2: Compromiso con el equipo o deportista	SÍ	NO	SÍ	NO
21	Un simpatizante de la selección peruana muestra un compromiso patrio	X	X	X	
22	Los hinchas optan una determinada conducta malinterpretando un compromiso patrio	X	X	X	
23	Los fanáticos, y su compromiso con la selección le permiten analizar el juego	X	X	X	
24	Los ámbitos sociales, influyen en un excesivo compromiso patrio en los jóvenes peruanos	X	X	X	
25	El compromiso patrio tiene un gran poder de atracción en la población	X	X	X	
	Dimensión 2: Expresión de peruanidad en las redes sociales.	SÍ	NO	SÍ	NO
26	Expresa su peruanidad mediante el facebook	X	X	X	
27	Expresa su peruanidad mediante Twitter	X	X	X	
28	Expresa su peruanidad mediante fotografías en Instagram	X	X	X	
29	Expresa su peruanidad mediante Youtube	X	X	X	
30	Expresa su peruanidad mediante los comentarios en las páginas webs	X	X	X	

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia):

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) NO APLICABLE ()

APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg.: UQUIPATE CAYNES PEDRO

Especialidad: Psicología

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: [Firma] FECHA: 26/11/2018

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable X – Prensa Deportiva

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1	Dimensión 1: Contenido de opinión deportiva Los reporteros deportivos tienen una gran influencia en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	/		/		/		
2	Los intereses de los medios deportivos, repercuten en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	/		/		/		
3	Las crónicas deportivas son contenidos de opinión de la prensa deportiva que forjan valores patrióticos en la población	/		/		/		
4	La manipulación de información es una mala práctica que se da en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	/		/		/		
5	El uso del lenguaje valorativo tiene un gran aporte en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	/		/		/		
	Dimensión 2: Contenido informativo Las estadísticas deportivas son un gran aporte para los contenidos informativos de la prensa deportiva	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
6	La estructura de los contenidos informativos en la prensa deportiva es eficaz	/		/		/		
7	Los análisis periodísticos influyen en los contenidos informativos de la prensa deportiva	/		/		/		
8	El lenguaje descriptivo de los contenidos informativos es claro y verás.	/		/		/		
9	Las fuentes periodísticas de los contenidos informativos son veraces.	/		/		/		
10	Dimensión 3: Contenido emocional Las historias de éxitos deportivos son contenidos emocionales que forman parte de una estrategia de la prensa deportiva para obtener mayor público	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
11	El uso del lenguaje sentimental en los contenidos emocionales de la prensa deportiva es adecuado	/		/		/		
12	El sensacionalismo deportivo tiene un gran poder de atracción en la población	/		/		/		
13	Los mensajes emocionales difundidos en la prensa deportivas son eficaces	/		/		/		
14	La prensa deportiva utiliza las imágenes como parte de sus contenidos emocionales	/		/		/		
15		/		/		/		

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) NO APLICABLE ()

APellidos y Nombres del Juez Validador: Dr./Mg.: Joohn Raúl Oblitas Carreño Especialidad: Comunicación y Deportes

Firma del Experto Informante: (Firma) Fecha: 28/11/2018

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable Y – Comportamiento patriótico

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
16	Dimensión 1: Sentido de pertenencia.							
	El uso de símbolos patrios, son impulsados por un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia	/		/		/		
	El orgullo patriótico forma parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	/		/		/		
17								
18	Los valores patrióticos son parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	/		/		/		
19	La identidad forma parte de un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia	/		/		/		
20	Las costumbres son manifestaciones de sentido de pertenencia	/		/		/		
21	Dimensión 2: Compromiso con el equipo o deportista	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
	Un simpatizante de la selección peruana muestra un compromiso patrio	/		/		/		
	Los hinchas optan una determinada conducta malinterpretando un compromiso patrio	/		/		/		
	Los fanáticos, y su compromiso con la selección le permiten analizar el juego	/		/		/		
	Los ámbitos sociales, influyen en un excesivo compromiso patrio en los jóvenes peruanos	/		/		/		
	El compromiso patrio tiene un gran poder de atracción en la población	/		/		/		
22	Dimensión 2: Expresión de peruanidad en las redes sociales.	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
	Expresa su peruanidad mediante el facebook	/		/		/		
	Expresa su peruanidad mediante Twitter	/		/		/		
	Expresa su peruanidad mediante fotografías en Instagram	/		/		/		
	Expresa su peruanidad mediante Youtube	/		/		/		
	Expresa su peruanidad mediante los comentarios en las páginas webs	/		/		/		

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): Se hay suficiencia NO APLICABLE ()

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg.: Sedon Paul Dela Cruz Coma Especialidad: Comunicación

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: (Firma) FECHA: 28/11/2018



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable X – Prensa Deportiva

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1	Dimensión 1: Contenido de opinión Los reporteros deportivos tienen una gran influencia en los contenidos de opinión de la prensa deportiva							
2	Los intereses de los medios deportivos, repercuten en los contenidos de opinión de la prensa deportiva							
3	Las crónicas deportivas son contenidos de opinión de la prensa deportiva que forjan valores patrióticos en la población							
4	La manipulación de información es una mala práctica que se da en los contenidos de opinión de la prensa deportiva							
5	El uso del lenguaje valorativo tiene un gran aporte en los contenidos de opinión de la prensa deportiva							
6	Dimensión 2: Contenido informativo Las estadísticas deportivas son un gran aporte para los contenidos informativos de la prensa deportiva							
7	La estructura de los contenidos informativos en la prensa deportiva es eficaz							
8	Los análisis periodísticos influyen en los contenidos informativos de la prensa deportiva							
9	El lenguaje descriptivo de los contenidos informativos es claro y veraz.							
10	Las fuentes periodísticas de los contenidos informativos son veraces.							
11	Dimensión 3: Contenido emocional Las historias de éxitos deportivos son contenidos emocionales que forman parte de una estrategia de la prensa deportiva para obtener mayor público							
12	El uso del lenguaje sentimental en los contenidos emocionales de la prensa deportiva es adecuado							
13	El sensacionalismo deportivo tiene un gran poder de atracción en la población							
14	Los mensajes emocionales difundidos en la prensa deportivas son eficaces							
15	La prensa deportiva utiliza las imágenes como parte de sus contenidos emocionales							

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia):

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (✓)

APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR ()

NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg. Acuña Valencia Humberto

Especialidad: Comunicador

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: 

FECHA: 25/11/18

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable Y – Comportamiento patriótico

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Sentido de pertenencia.	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
16	El uso de símbolos patrios, son impulsados por un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia							
17	El orgullo patriótico forma parte de un comportamiento de sentido de pertenencia							
18	Los valores patrióticos son parte de un comportamiento de sentido de pertenencia							
19	La identidad forma parte de un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia							
20	Las costumbres son manifestaciones de sentido de pertenencia							
	Dimensión 2: Compromiso con el equipo o deportista	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
21	Un simpatizante de la selección peruana muestra un compromiso patrio							
22	Los hinchas oplan una determinada conducta malinterpretando un compromiso patrio							
23	Los fanáticos, y su compromiso con la selección le permiten analizar el juego							
24	Los ámbitos sociales, influyen en un excesivo compromiso patrio en los jóvenes peruanos							
25	El compromiso patrio tiene un gran poder de atracción en la población							
	Dimensión 2: Expresión de peruanidad en las redes sociales.	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
26	Expresa su peruanidad mediante el facebook							
27	Expresa su peruanidad mediante Twitter							
28	Expresa su peruanidad mediante fotografías en Instagram							
29	Expresa su peruanidad mediante Youtube							
30	Expresa su peruanidad mediante los comentarios en las páginas webs							

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (✓)

APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR ()

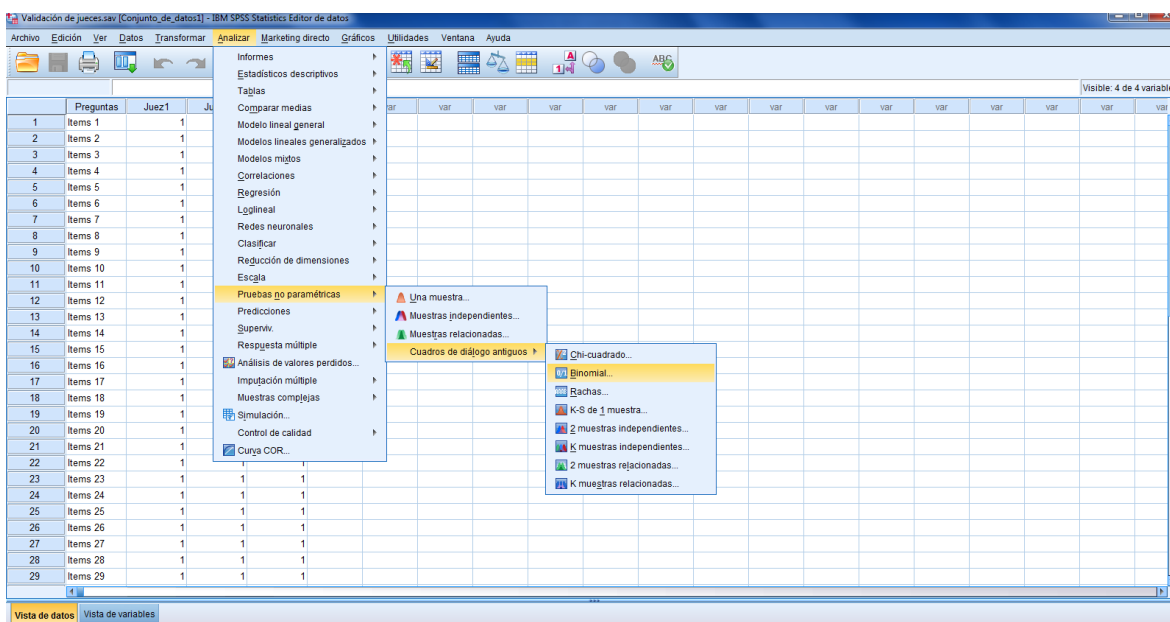
NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr. Mg. Alcuna Valencia Humberto

Especialidad: Comunicador

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: [Firma] FECHA: 25/11/18

Prueba binomial (programa estadístico spss)



Microsoft Excel screenshot showing the data table and the Binomial Test results.

Preguntas	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Suma	Valor
1	1	1	1	3	100%
2	1	1	1	3	100%
3	1	1	1	3	100%
4	1	1	1	3	100%
5	1	1	1	3	100%
6	1	1	1	3	100%
7	1	1	1	3	100%
8	1	1	1	3	100%
9	1	1	1	3	100%
10	1	1	1	3	100%
11	1	1	1	3	100%
12	1	1	1	3	100%
13	1	1	1	3	100%
14	1	1	1	3	100%
15	1	1	1	3	100%
16	1	1	1	3	100%
17	1	1	1	3	100%
18	1	1	1	3	100%
19	1	1	1	3	100%
20	1	1	1	3	100%
21	1	1	1	3	100%
22	1	1	1	3	100%
23	1	1	1	3	100%
24	1	1	1	3	100%
25	1	1	1	3	100%
26	1	1	1	3	100%
27	1	1	1	3	100%
28	1	1	1	3	100%
29	1	1	1	3	100%
30	1	1	1	3	100%
31	1	1	1	3	100%
32	1	1	1	3	100%

	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (bilateral)	
3						
4	Juez1 Grupo 1	30	1.00	.50	.000	significativo
5	Total	30	1.00	.50	.000	significativo
6	Juez2 Grupo 1	30	1.00	.50	.000	significativo
7	Total	30	1.00	.50	.000	significativo
8	Juez3 Grupo 1	30	1.00	.50	.000	significativo
9	Total	30	1.00	.50	.000	significativo

Matriz de Consistencia

TÍTULO: PRENSA DEPORTIVA NACIONAL Y COMPORTAMIENTO PATRIÓTICO DE LOS JÓVENES PERUANOS DE CALLAO – CERCADO 2018

AUTOR: LUIS FERNANDO RODRÍGUEZ DELGADO

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES		ESCALA DE VALORACIÓN	TIPO, DISEÑO DE INVESTIGACIÓN, POBLACIÓN Y MUESTRA
			Variable X: PRENSA DEPORTIVA			
Problema principal: ¿Cuál es relación entre prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018? Problemas secundarios: ¿Cuál es la relación entre Contenidos de opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018? ¿Cuál es la relación entre contenido informativo deportivo y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018? ¿Cuál es la relación entre contenido emocional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018?	Objetivo general: Determinar la relación entre prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018. Objetivos específicos: Determinar la relación entre Contenidos de opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018. Establecer la relación entre contenido informativo deportivo y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018 Determinar la relación entre contenido emocional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018	Hipótesis general: Existe una relación significativa entre la prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018. Hipótesis específicas: Existe una relación significativa entre Contenidos de opinión y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018. Existe una relación significativa entre contenido informativo deportivo y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018. Existe una relación significativa entre contenido emocional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018.	Dimensiones	Indicadores	Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Totalmente en desacuerdo (1)	Tipo de investigación: Cuantitativa Nivel de Investigación: Descriptiva – Correlacional Diseño de Investigación: No experimental de tipo Transversal Población: 174.393 Muestra: 382
			X1. Contenidos de opinión	X1.1 Influencia del reportero deportivo		
				X1.2. Intereses de los medios deportivos		
				X1.3. Crónicas deportivas		
				X1.4. Manipulación de información		
				X1.5. Lenguaje valorativo		
			X2. Contenido informativo deportivo.	X2.1 Estadísticas		
				X2.2 Estructura		
				X2.3. Análisis		
				X2.4 Lenguaje descriptivo		
				X2.5 Fuentes periodísticas		
			X3. Contenido emocional.	X3.1 Historias de éxitos deportivos		
				X3.2 Lenguaje Sentimental		
				X3.3 Sensacionalismo deportivo		
				X3.4 Mensaje emocional		
				X3.5 Imágenes emocionales		
			Variable Y: COMPORTAMIENTO PATRIÓTICO			
			Dimensiones	Indicadores		
			Y1. Sentido de pertenencia.	Y1.1 Uso de símbolos patrios		
				Y1.2 Orgullo patriótico		
				Y1.3 Valores		
				Y1.4 Identidad		
				Y1.5 Costumbres		
			Y2. Compromiso Patrio	Y2.1 Simpatizantes		
Y2.2 Hinchas						
Y2.3 Fanáticos						
Y2.4 Ámbitos sociales						
Y2.5 Atracción						
Y3. Expresión de peruanidad en las redes sociales.	Y3.1 Facebook					
	Y3.2 Twitter					
	Y3.3 Instagram					
	Y3.4 Youtube					
	Y3.5 Páginas web					

Matriz Operacional

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
PRENSA DEPORTIVA NACIONAL	Según Molina (2009), define que "la prensa deportiva es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante" (p. 5).	La prensa deportiva, tiene un gran impacto en la actualidad, en donde los contenidos de opinión, informativos y emocionales, son fundamentales para dar a conocer la información de manera correcta y que llegue a las masas	Contenido de opinión	Influencia del reportero deportivo	Los reporteros deportivos tienen una gran influencia en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Totalmente en desacuerdo (1)
				Intereses de los medios deportivos	Los intereses de los medios deportivos, repercuten en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	
				Crónicas deportivas	Las crónicas deportivas son contenidos de opinión de la prensa deportiva que forjan valores patrióticos en la población	
				Manipulación de información	La manipulación de información es una mala práctica que se da en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	
				Lenguaje valorativo	El uso del lenguaje valorativo tiene un gran aporte en los contenidos de opinión de la prensa deportiva	
			Contenido informativo	Estadísticas	Las estadísticas deportivas son un gran aporte para los contenidos informativos de la prensa deportiva	
				Estructura	La estructura de los contenidos informativos en la prensa deportiva es eficaz	
				Análisis	Los análisis periodísticos influyen en los contenidos informativos de la prensa deportiva	
				Lenguaje descriptivo	El lenguaje descriptivo de los contenidos informativos es claro y verás.	
				Fuentes periodísticas	Las fuentes periodísticas de los contenidos informativos son veraces.	
			Contenido emocional	Historias de éxito deportivo	Las historias de éxitos deportivos son contenidos emocionales que forman parte de una estrategia de la prensa deportiva para obtener mayor público	
				Lenguaje sentimental	El uso del lenguaje sentimental en los contenidos emocionales de la prensa deportiva es adecuado	
				Sensacionalismo deportivo	El sensacionalismo deportivo tiene un gran poder de atracción en la población	
				Mensaje Emocional	Los mensajes emocionales difundidos en la prensa deportivas son eficaces	
				Imágenes emocionales	La prensa deportiva utiliza las imágenes como parte de sus contenidos emocionales	

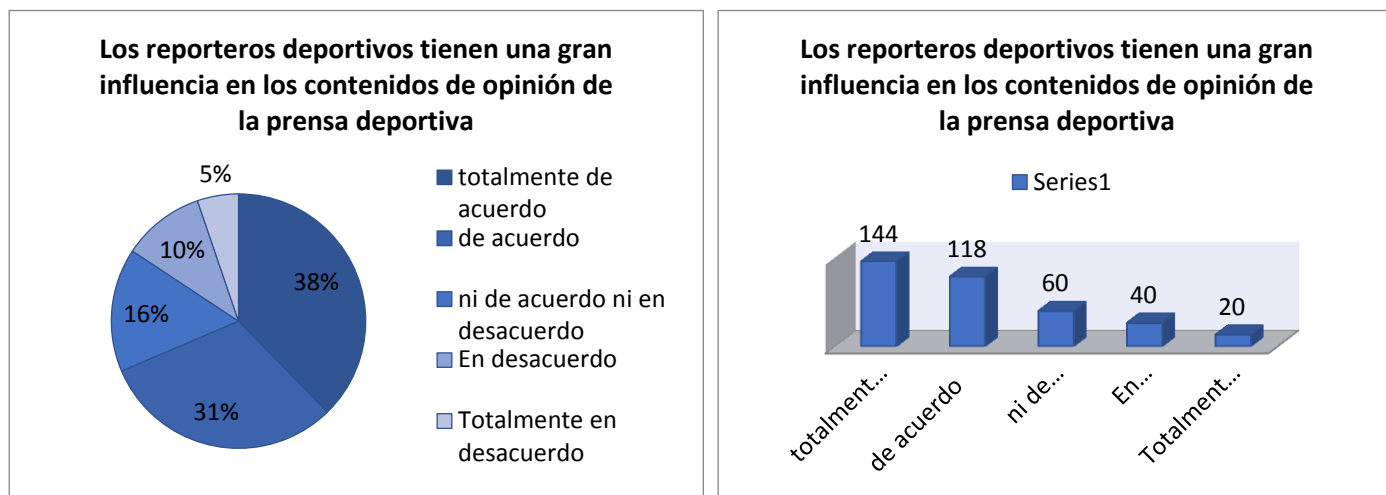
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
COMPORTAMIENTO PATRIÓTICO	En cuanto al comportamiento patriótico, Morray (1959), sostiene su propia hipótesis: «El patriotismo está impreso con sangre y hierro». Nace en la rebelión y es alimentado por la guerra. El patriotismo va acompañado de violencia, y uno de nuestros problemas es determinar si este es un ropaje accidental que se puede cambiar o si la violencia es consustancial a su naturaleza». (p. 1)	La industria del periodismo deportivo, vela por sus propios intereses, de generar mayor contenido y de generar comportamientos patrióticos audiencia, por ello analiza el sentido de pertenencia, el compromiso con el equipo o deportistas, y el grado de expresión de peruanidad en redes sociales	Sentido de pertenencia.	Uso de símbolos patrios	El uso de símbolos patrios, son impulsados por un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia	Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Totalmente en desacuerdo (1)
				Orgullo patriótico	El orgullo patriótico forma parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	
				Valores	Los valores patrióticos son parte de un comportamiento de sentido de pertenencia	
				Identidad	La identidad forma parte de un comportamiento patriótico de sentido de pertenencia	
				Costumbres	Las costumbres son manifestaciones de sentido de pertenencia	
			Compromiso patrio	simpatizantes	Un simpatizante de la selección peruana muestra un compromiso patrio	
				Hinchas	Los hinchas optan una determinada conducta malinterpretando un compromiso patrio	
				Fanáticos	Los fanáticos, y su compromiso con la selección le permiten analizar el juego	
				Ámbitos sociales	Los ámbitos sociales, influyen en un excesivo compromiso patrio en los jóvenes peruanos	
				Atracción	El compromiso patrio tiene un gran poder de atracción en la población	
			Expresión de peruanidad en las redes sociales.	Facebook	Expresa su peruanidad mediante el <u>facebook</u>	
				Twitter	Expresa su peruanidad mediante <u>Twitter</u>	
				Instagram	Expresa su peruanidad mediante fotografías en Instagram	
				<u>Youtube</u>	Expresa su peruanidad mediante <u>Youtube</u>	
				Página Web	Expresa su peruanidad mediante los comentarios en las páginas webs	

Gráficos descriptivos por cada indicador

Variable Independiente: Prensa Deportiva

X1. Contenidos de opinión

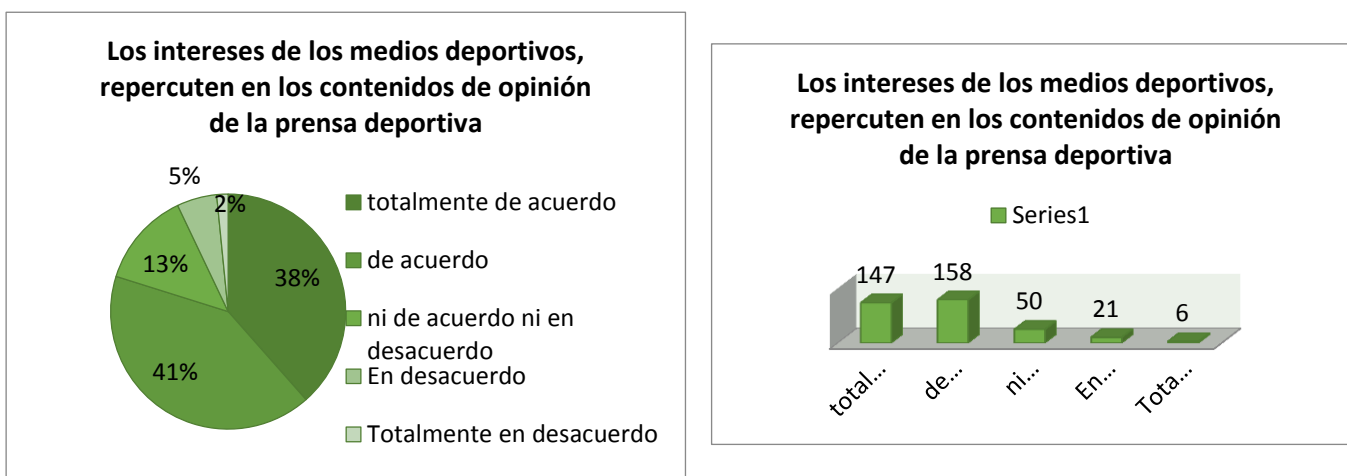
X1.1 Influencia del reportero deportivo



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 38% respondió que está totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% en desacuerdo, y el 5% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

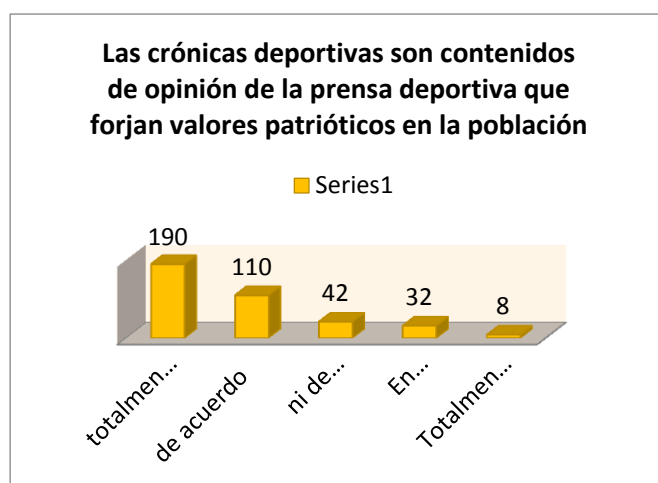
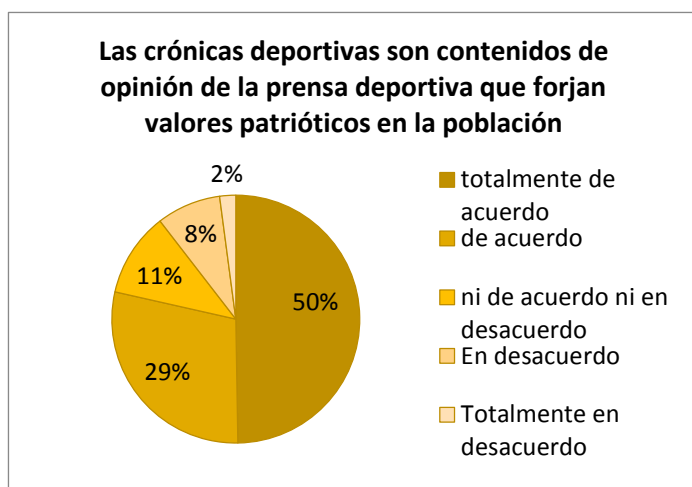
X1.2 Intereses de los medios deportivos



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 41% respondió que está totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 13% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

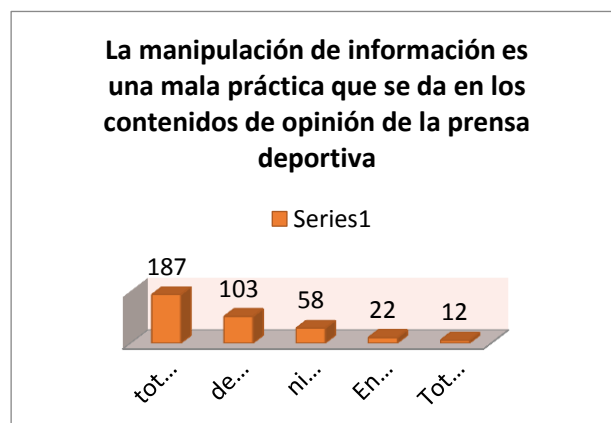
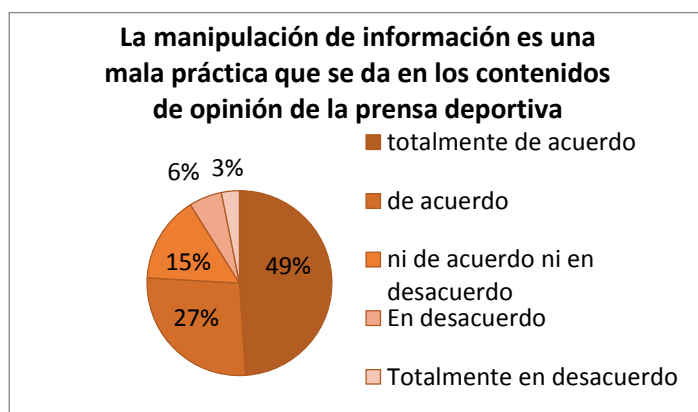
X1.3 Crónicas deportivas



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 50% respondió que está totalmente de acuerdo, el 29% de acuerdo, el 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

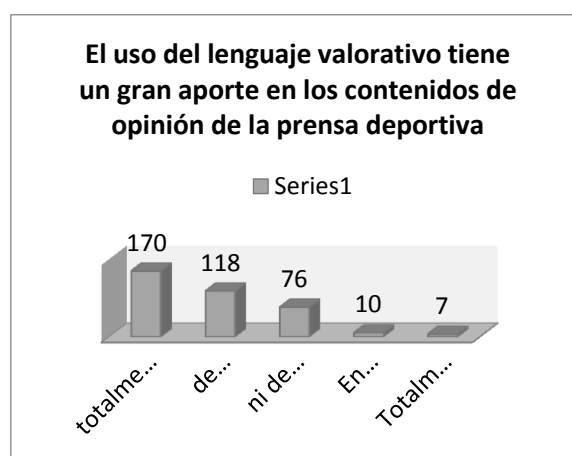
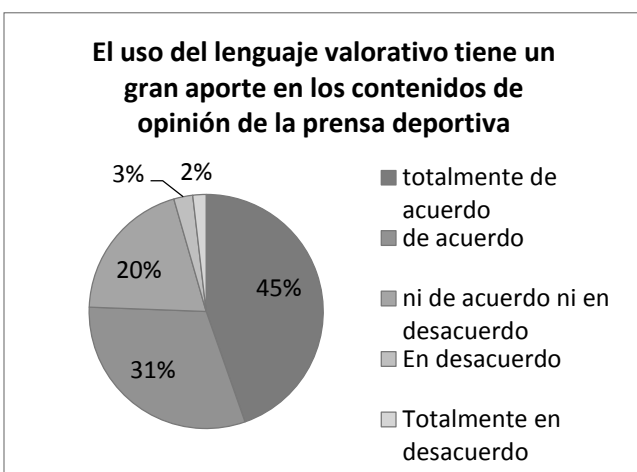
X1.4 Manipulación de información



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 49% respondió que está totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo, el 15% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6% en desacuerdo, y el 3% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

X1.5 Lenguaje Valorativo

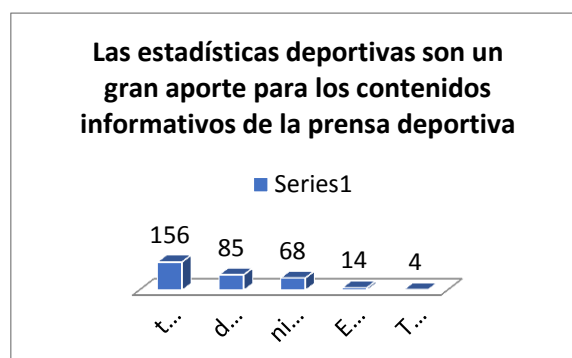
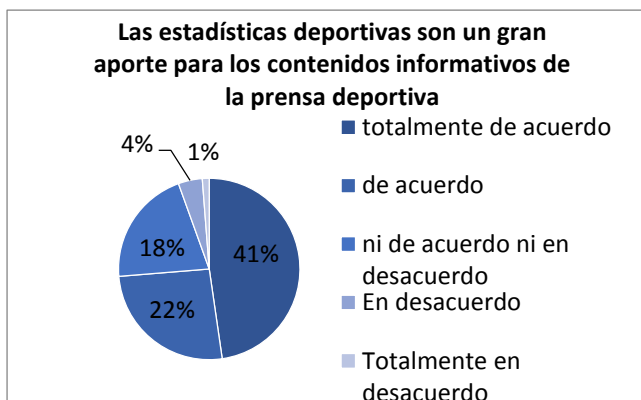


Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 45% respondió que está totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

X2. Contenidos informativos

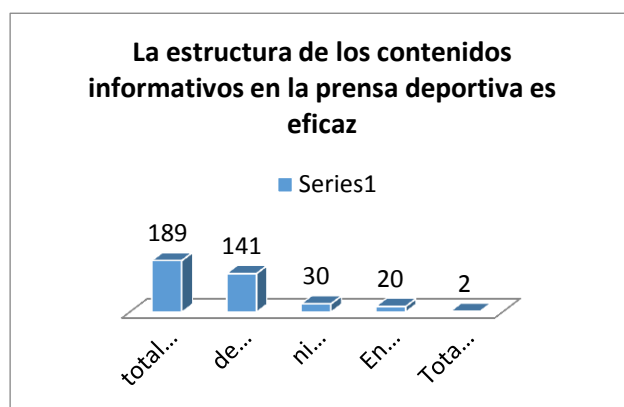
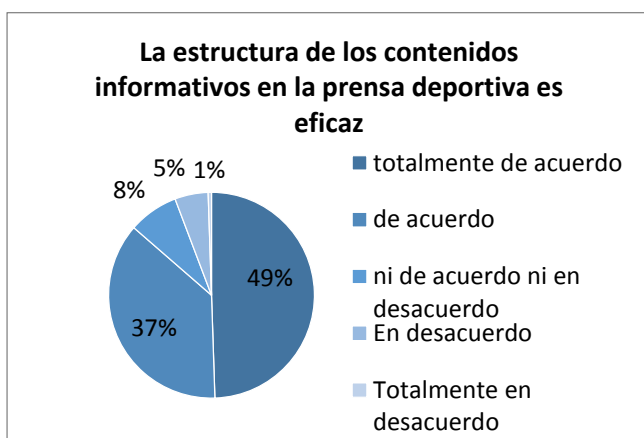
X2.1 Estadísticas



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 41% respondió que está totalmente de acuerdo, el 22% de acuerdo, el 18% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% en desacuerdo, y el 1% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

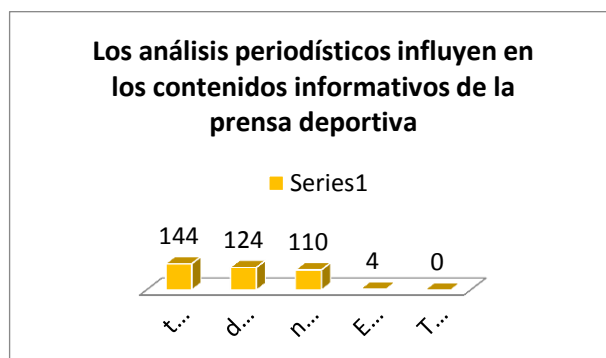
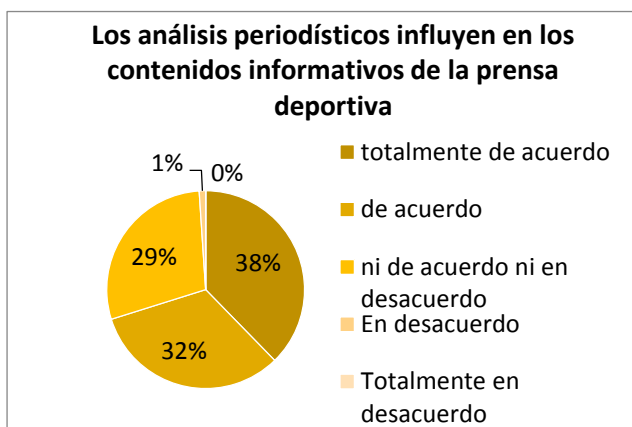
X2.2 Estructura



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 49% respondió que está totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5% en desacuerdo, y el 1% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

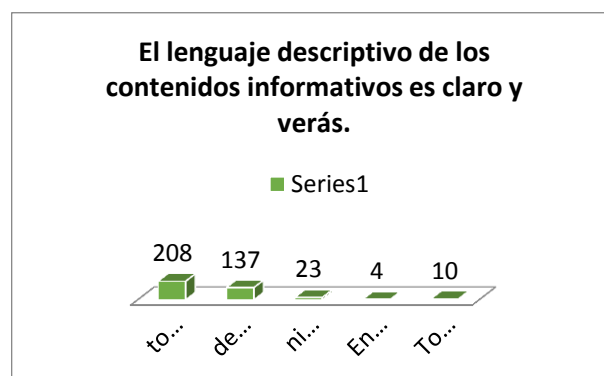
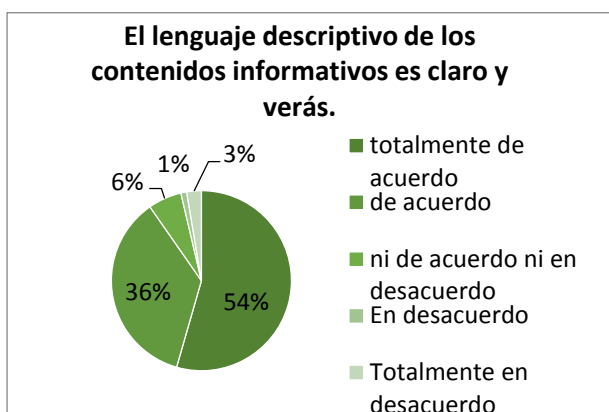
X2.3 Análisis



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 38% respondió que está totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 29% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

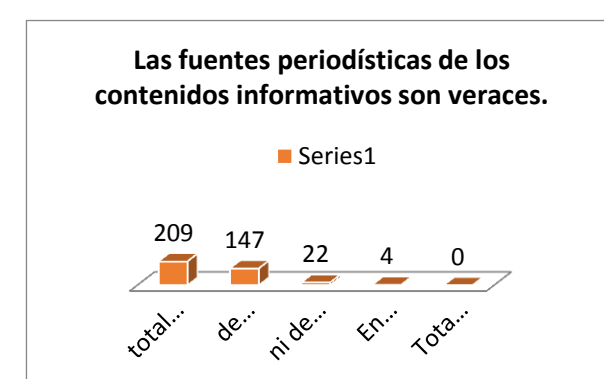
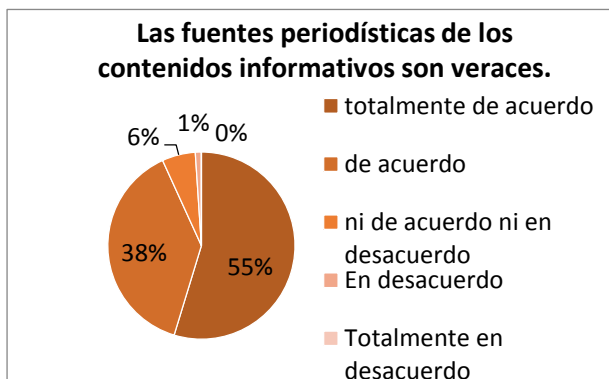
X2.4 Lenguaje descriptivo



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 54% respondió que está totalmente de acuerdo, el 36% de acuerdo, el 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% en desacuerdo, y el 3% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

X2.5 Fuentes periodísticas

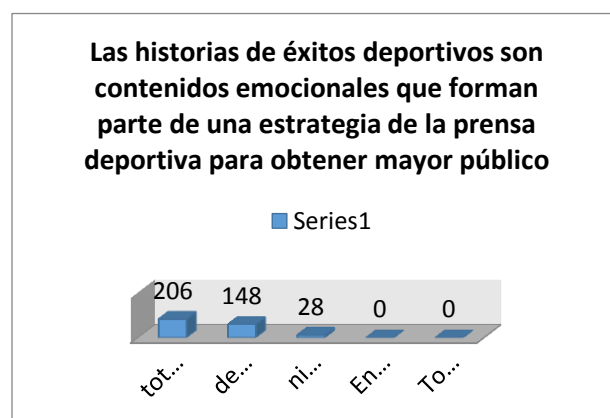
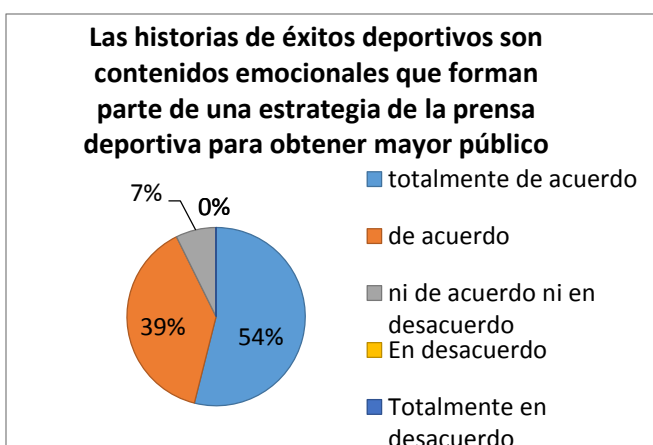


Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 55% respondió que está totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

X3. Contenidos emocionales

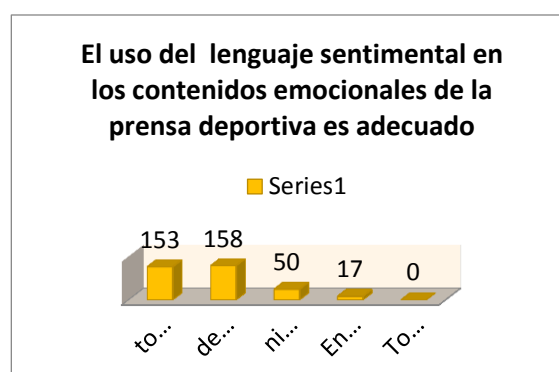
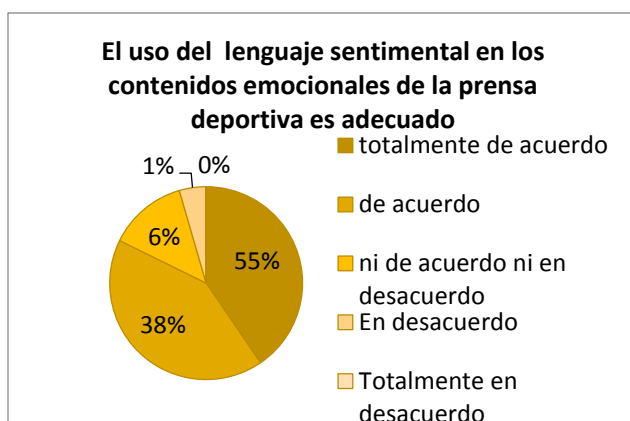
X3.1 Historias de éxitos deportivos



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 54% respondió que está totalmente de acuerdo, el 39% de acuerdo, el 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

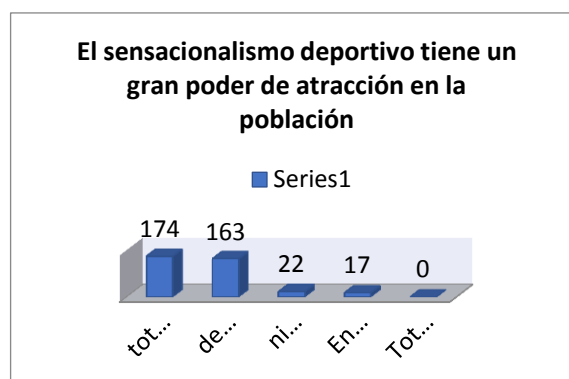
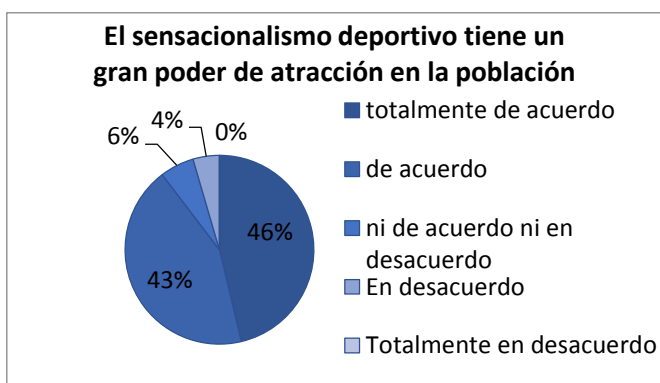
X3.2 Lenguaje Sentimental



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 55% respondió que está totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

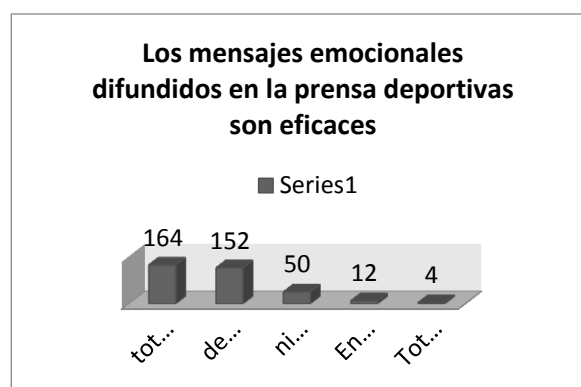
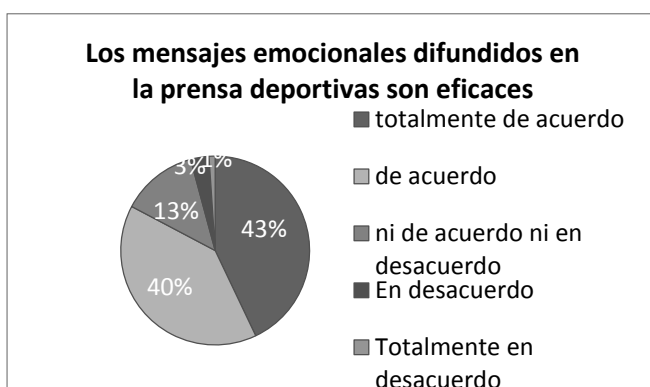
X3.3 Sensacionalismo deportivo



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 46% respondió que está totalmente de acuerdo, el 43% de acuerdo, el 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

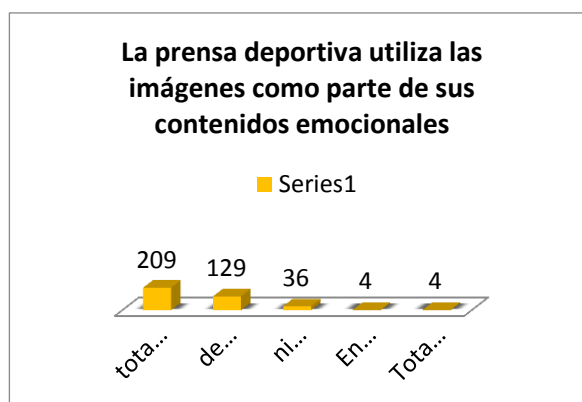
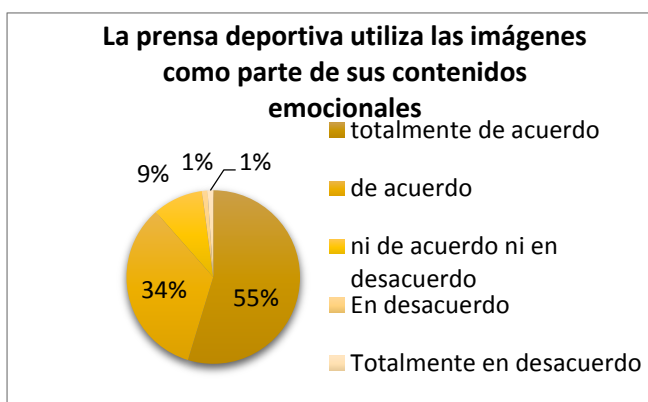
X3.4 Mensaje Emocional



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 43% respondió que está totalmente de acuerdo, el 40% de acuerdo, el 13% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 1% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

X3.5 Imágenes emocionales



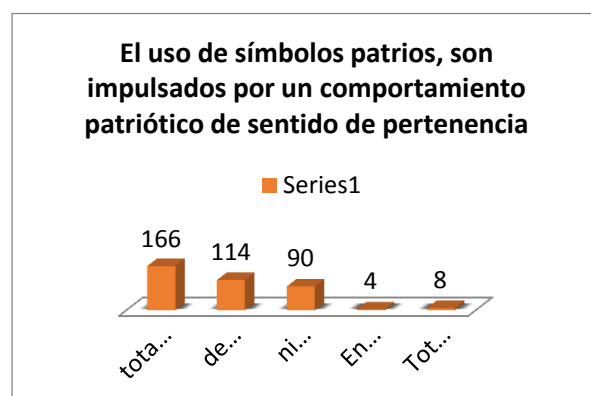
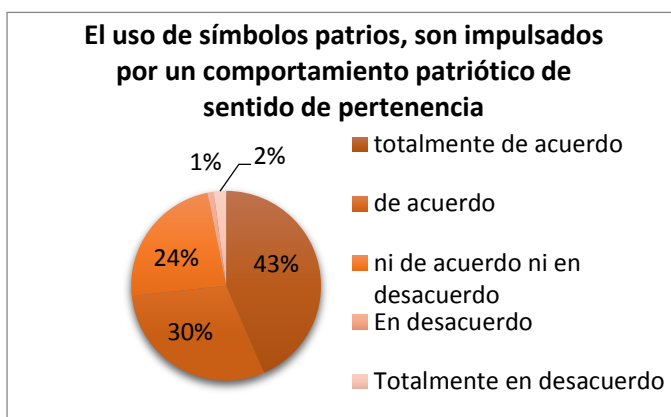
Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 55% respondió que está totalmente de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 9% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% en desacuerdo, y el 1% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

Variable Dependiente: Comportamiento patriótico

Y1. Sentido de pertenencia

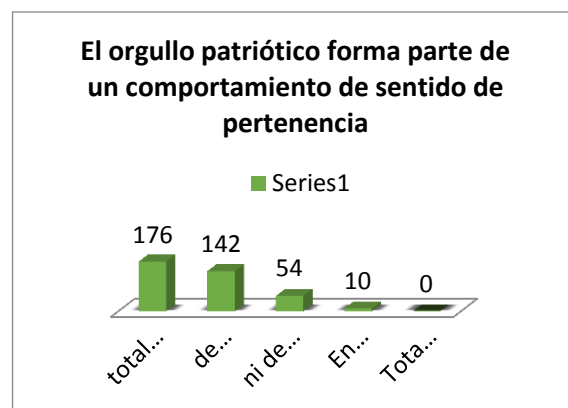
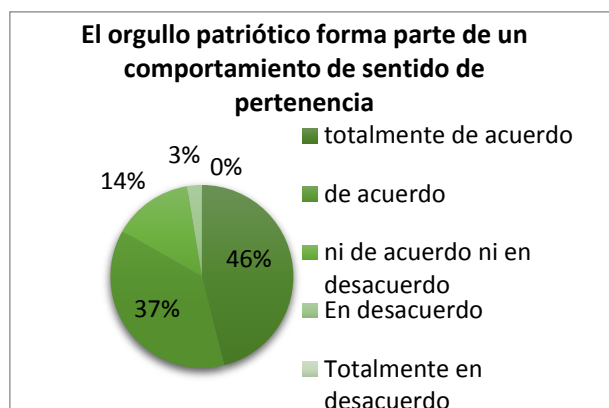
Y1.1 Uso de símbolos patrios



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 43% respondió que está totalmente de acuerdo, el 30% de acuerdo, el 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

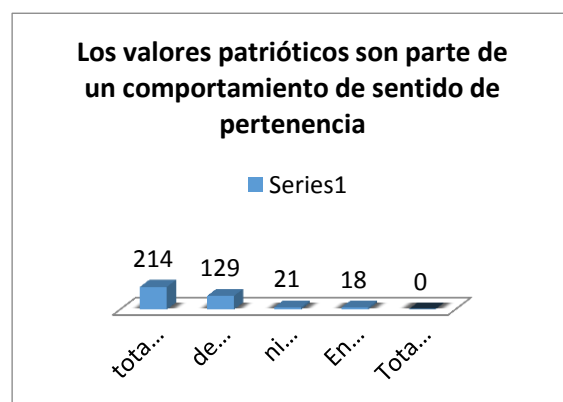
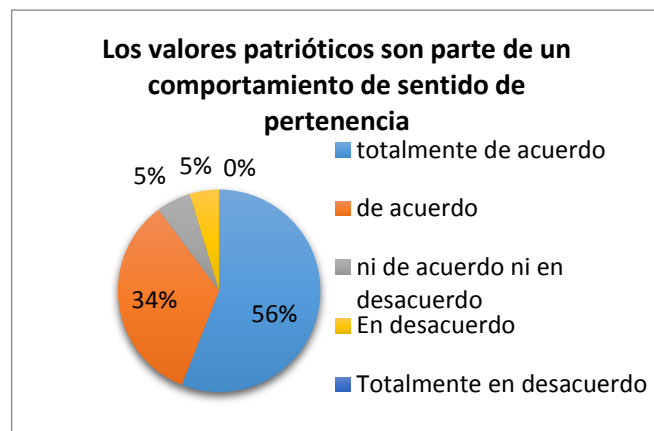
Y1.2 Orgullo patriótico



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 46% respondió que está totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 14% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

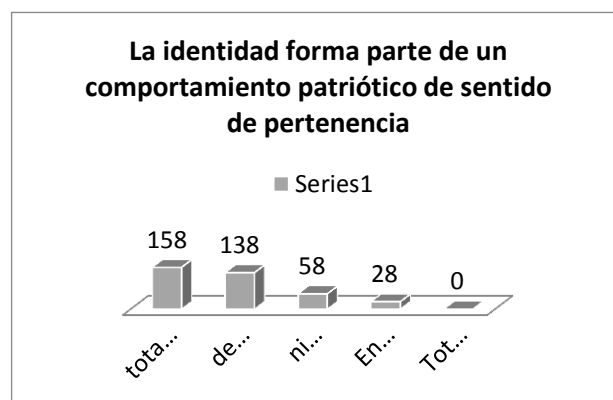
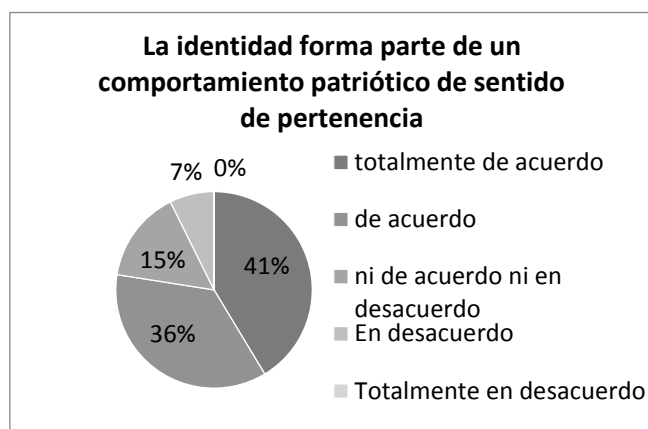
Y1.3 Valores



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 56% respondió que está totalmente de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

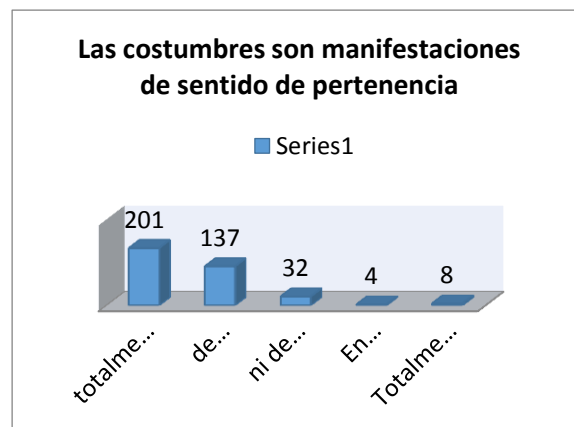
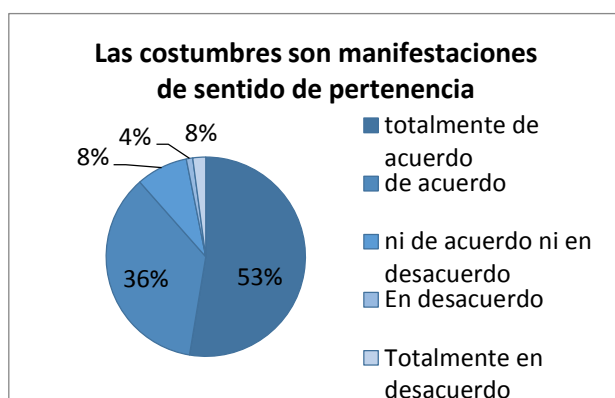
Y1.4 Identidad



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 41% respondió que está totalmente de acuerdo, el 36% de acuerdo, el 15% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% en desacuerdo, y el 0% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

Y1.5 Costumbres

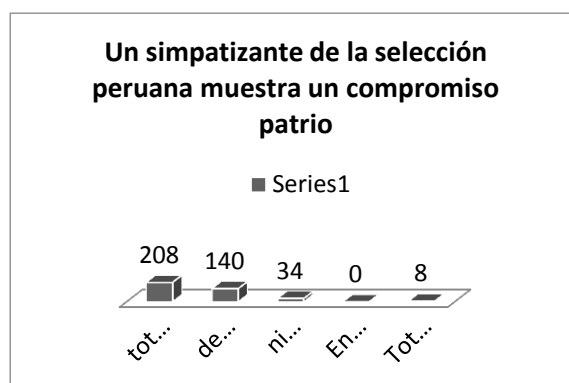
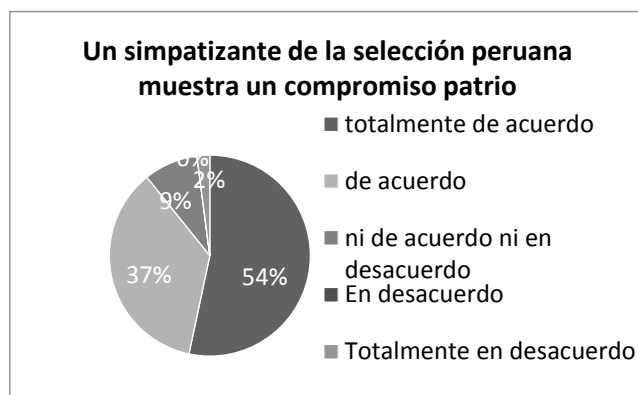


Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 53% respondió que está totalmente de acuerdo, el 36% de acuerdo, el 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% en desacuerdo, y el 8% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

Y2. Compromiso patrio

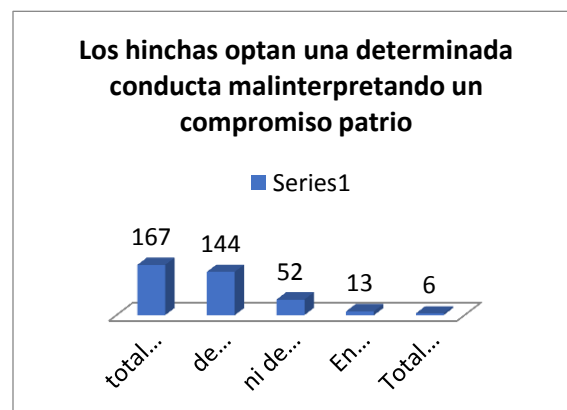
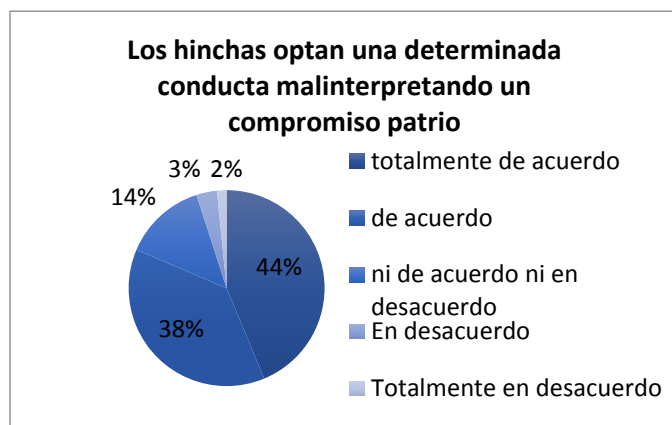
Y2.1 Simpatizantes



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 53% respondió que está totalmente de acuerdo, el 36% de acuerdo, el 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% en desacuerdo, y el 8% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

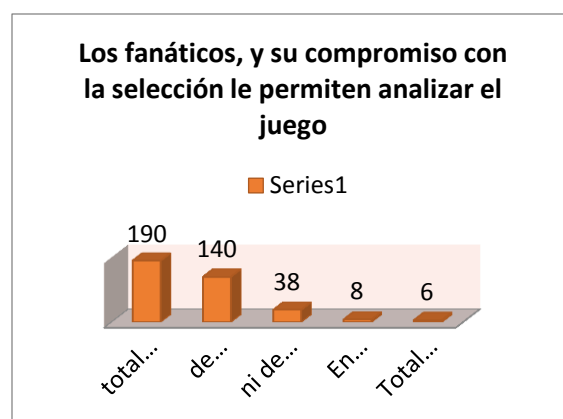
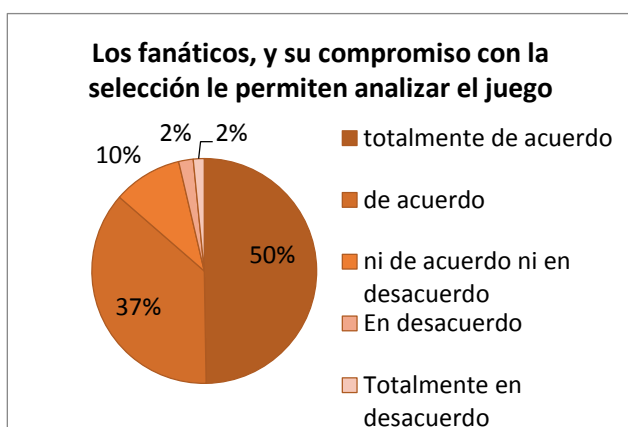
Y2.2 Hinchas



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 44% respondió que está totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 14% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

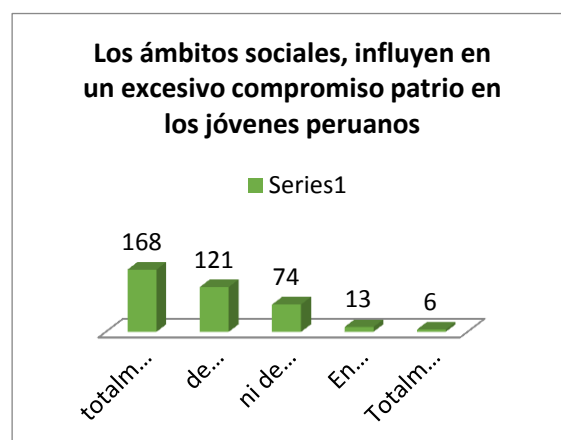
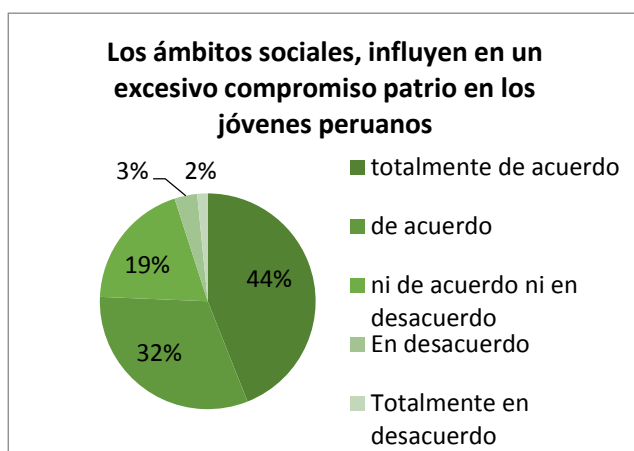
Y2.3 Fanáticos



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 50% respondió que está totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

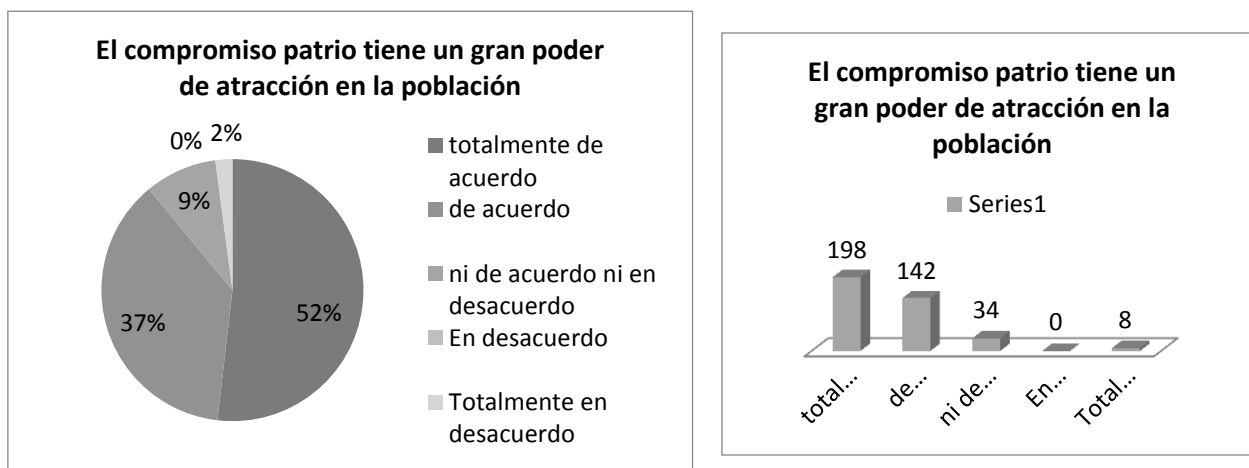
Y2.4 Ámbitos sociales



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 44% respondió que está totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

Y2.5 Atracción

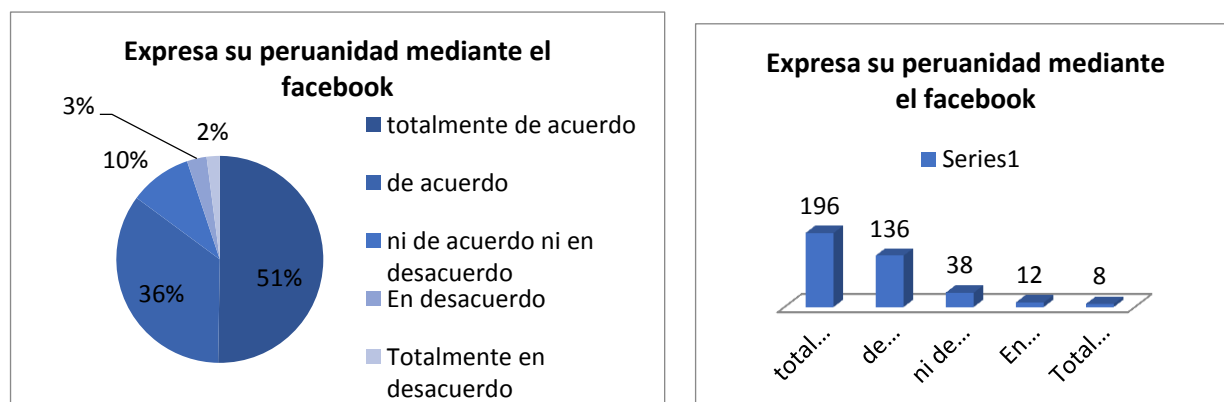


Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 52% respondió que está totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 9% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

Y3. Expresión de peruanidad en las redes sociales.

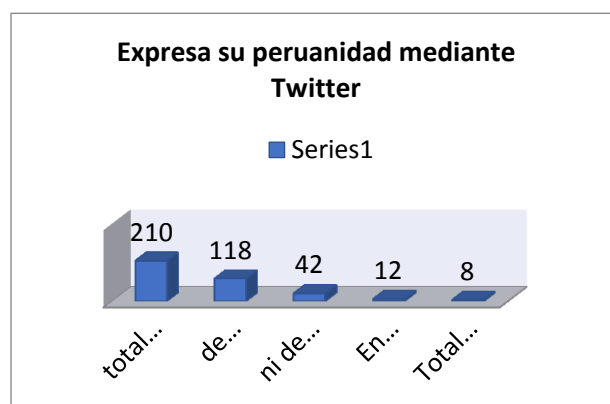
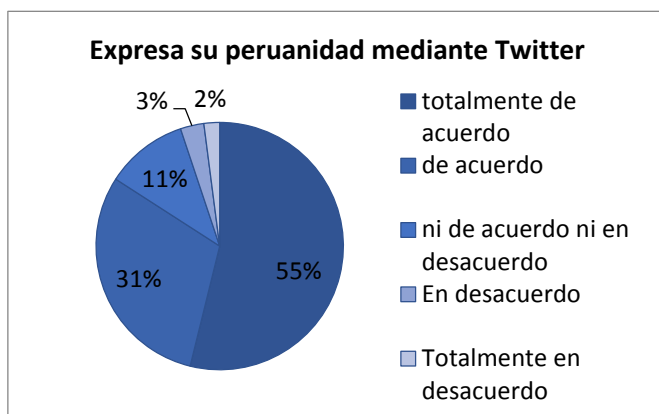
Y3.1 Facebook



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 51% respondió que está totalmente de acuerdo, el 36% de acuerdo, el 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

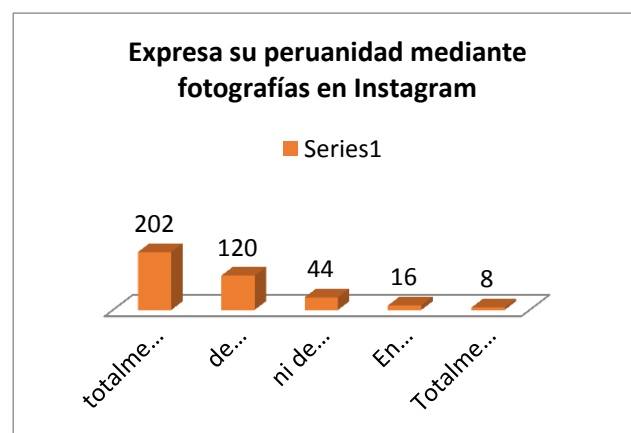
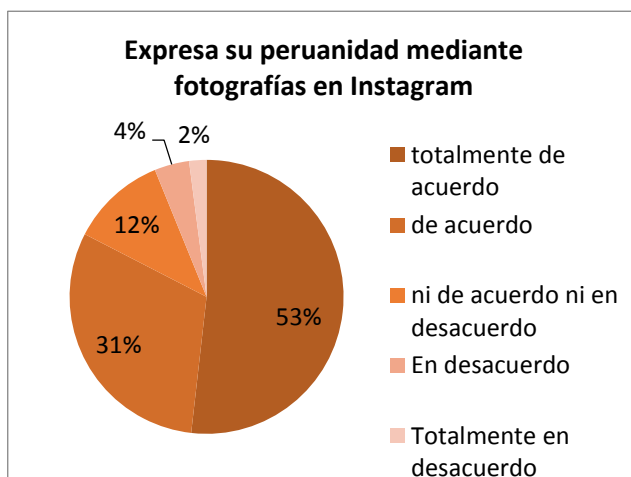
Y3.2 Twitter



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 55% respondió que está totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

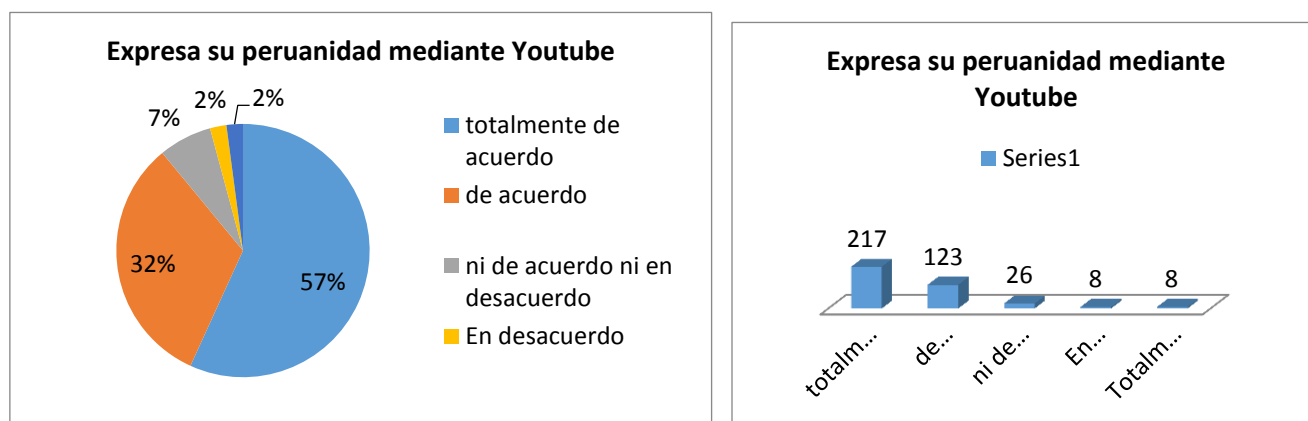
Y3.3 Instagram



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 53% respondió que está totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

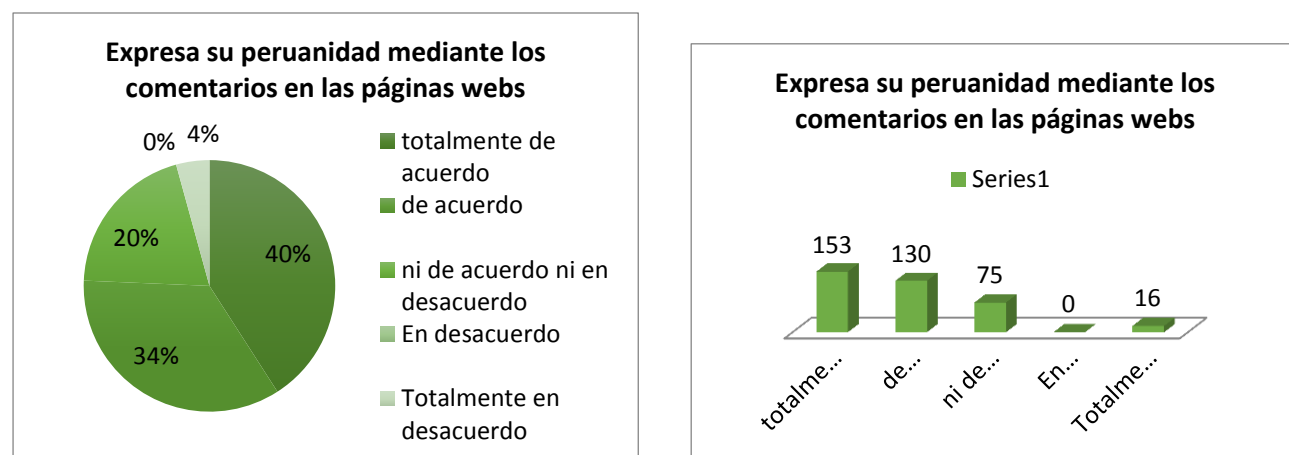
Y3.4 Youtube



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 57% respondió que está totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% en desacuerdo, y el 2% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

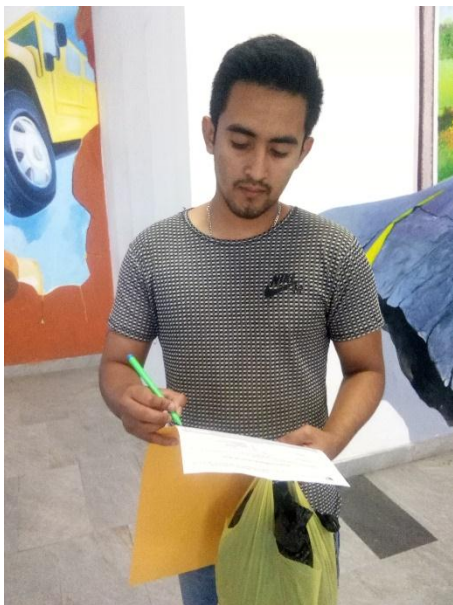
Y3.5 Página Web



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la muestra conformada por 382 jóvenes peruanos de la región Callao, el 40% respondió que está totalmente de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0% en desacuerdo, y el 4% respondió que está totalmente en desacuerdo, lo cual podemos deducir que dicho indicador tiene bastante aceptación por los encuestados.

Fotos de la realización de las Encuestas







**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Dr. Wilder Fabio Ramos Palacios, docente de la **Facultad de Ciencias de la Comunicación** y Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo (Callao), revisor de la tesis titulada: "**Prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado, 2018**", del (de la) estudiante RODRIGUEZ DELGADO LUIS FERNANDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **30 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Callao, 18 diciembre 2018

Wilder Ramos Palacios

Dr. Wilder Fabio Ramos Palacios

DNI: 40891512

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Visualizador de Documentos de Turnitin - Google Chrome

https://www.turnitin.com/d7ru=1061948715&lang=es&es=380=1047348590

Probar el nuevo Feedback Studio

Originality GraderMark Feedback

tesis2018xccc0 tesis2018xccc0 para et 05-Jul-2019

Trabajo 18 de 20

turnitin 30%

Buscar plantillas de QuickMark

(Inglés)Commonly Used

Selecciona el texto y haz clic en el botón "Comentario" para resaltar el texto asociado a un comentario.

Comentario

Awk CS Citation Needed

Commonly Confused Def

Improper Citation Insert

Missing " PV Run-on Sp

Support Vague WC

Weak Transition

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"Prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao - Cercado 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:
Luis Fernando Rodríguez Delgado

ASESOR:
Dr. Wilder Fabio Ramos Palacios

Página 1 de 05

07:56 p.m. 19/03/2019

WBR



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Juan Fernando Rodríguez Delgado,
identificado con DNI N° 76600363, egresado de la Escuela Profesional de
Asesoría de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No
autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación
titulado

"Análisis de la Situación Nacional y Comportamiento patriótico de los
jóvenes peruanos de la UCV - 2018"
";

en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo
estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art.
33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....

FIRMA

DNI: 76600363

FECHA: 05 de Ago del 2019.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN DE

La Facultad de Ciencias de la Comunicación

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Luis Fernando Rodríguez Delgado

INFORME TÍTULADO:

Prensa deportiva nacional y comportamiento patriótico de los jóvenes peruanos de Callao – Cercado 2018

PARA OBTENER EL GRADO TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

SUSTENTADO EN FECHA: 12 / 12 / 2018

NOTA O MENCIÓN: 18/DIECIOCHO

Wilder B. Ramos Palacios

Dr. Wilder Fabio Ramos Palacios

